

Diskursiivinen legitimaatio:

Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj:n sijoitushoukuttelevuuden  
legitimointi Kauppalehdessä

Pro gradu -tutkielma  
Lauri Ristimäki  
Aalto-yliopisto Kauppakorkeakoulu  
Markkinointi  
Kevät 2017

---

**Tekijä** Lauri Ristimäki

---

**Työn nimi** Diskursiivinen legitimaatio: Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj:n sijoitushoukuttelevuuden legitimointi Kauppalehdessä

---

**Tutkinto** Kauppatieteiden maisteri

---

**Koulutusohjelma** Markkinointi

---

**Työn ohjaaja(t)** Lasse Mitronen, Olli Rusanen

---

**Hyväksymisvuosi** 2017

**Sivumäärä** 79

**Kieli** Suomi

---

### **Tiivistelmä**

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on tutkia miten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi vaikuttaa pörssiyritysten legitimeettiin. Tutkimusta ohjasi kaksi taustahypoteesia: 1) tutkimuskohteen sijoitushoukuttelevuus muuttui tutkimusaineiston uutisissa hyvin oleellisesti hyvästä huonoon ja 2) sijoitushoukuttelevuuden muutos oli seurausta diskursiivisen legitimaation ja dominoivan diskurssin muutoksista.

### **Tutkimusaineisto ja -menetelmät**

Tutkimusaineisto koostui Kauppalehden Internet-sivuilla löytyvistä Talvivaara-uutisista aikavälillä 1.1. 2003–20. 4. 2016. Tutkielman teoreettisena viitekehyksenä toimii kriittinen diskurssianalyysi. Analyysityökaluna käytettiin Theo van Leeuwenin (2007) kehittämää legitimaation argumentaatiostrategioita, joista johdettiin organisaation ulkopuolelta rakentuvan diskursiivisen legitimaation tutkimiseen soveltuvat diskursiivisen legitimaation peruspilarit ja niiden määritelmät. Tätä mediateksteissä syntyvää, organisaatioiden ulkopuolelta tulevaa diskursiivista legitimaatiota tutkittiin Kauppalehdessä esiintyvien, Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta koskevien uutisten valossa.

### **Tulokset**

Tutkimustulokseni havainnollistavat miten alkuun riskittömänä ja takuuarmana sijoituskohteena pidetty Talvivaara menettää sijoitushoukuttelevuutensa diskursiivisen legitimaation diskurssimuutoksen myötä. Tämä muutos on seurausta uusien katsantokantojen synnystä ja legitimointikeinojen käyttötarkoitusten muutoksista. Tutkimuksen tulosten mukaan diskursiivinen legitimaatio voi rakentua neljän erilaisen legitimaatiotavan tai niiden yhdistelmän varaan. Nämä diskursiivisen legitimaation peruspilarit ovat rationaalinen, moraalinen, auktoriteettinen ja tarinoin perustuva legitimointi. Näitä legitimointitapoja hyväksikäyttämällä tekstien tuottajat muodostavat erilaisia kilpailevia diskursseja riippuen siitä mikä on heidän näkökulmansa käsillä olevaan asiaan. Diskurssit ja niiden taustalla vaikuttavat näkökulmat siis vahvistavat tai heikentävät kohteen diskursiivista legitimaatiota hyödyntämällä legitimaation rakentamiseen käytettäviä legitimaation peruspilareita.

---

**Avainsanat** kriittinen diskurssianalyysi, diskursiivinen legitimaatio, Talvivaara, Kauppalehti

---

---

**Author** Lauri Ristimäki

---

**Title of thesis** Discursive legitimation: The legitimation of the investment attractiveness of the Talvivaara Mining Company Plc in the Finnish business journal Kauppalehti

---

**Degree** Master of Business Administration

---

**Degree programme** Marketing

---

**Thesis advisor(s)** Lasse Mitronen, Olli Rusanen

---

**Year of approval** 2017

**Number of pages** 79

**Language** Finnish

---

### **Abstract**

The purpose of this Master's thesis is to explore how the environmental and social responsibility discourse influences the legitimation of listed companies. The research was based on two underlying hypotheses: 1) The investment attractiveness of the research subject changed significantly in the news material from good to bad; and 2) The change in the investment attractiveness was the result of changes in the discursive legitimation and dominant discourse.

### **Research material and methods**

The research material comprised news about Talvivaara published online by the Finnish news journal Kauppalehti on its website during the period 1 January 2003 – 20 April 2016. Critical discourse analysis served as the theoretical reference framework for this thesis. Legitimation argumentative strategies developed by Theo van Leeuwen (2007) were used as an analysis tool to define the cornerstones of discursive legitimation formed outside the organisation and applicable to this discursive legitimation research. This discursive legitimation that was created in the media texts outside the organisation was analysed in the light of news about the investment attractiveness of Talvivaara published by Kauppalehti.

### **Findings**

My research findings illustrate how Talvivaara, an investment object that was initially considered risk-free and safe, lost its investment attractiveness through a change in its discursive legitimation. This change resulted from the emergence of new points of view and changes in the intended uses of legitimation techniques. According to the research findings, discursive legitimation can be built on four separate legitimation techniques or a combination of these techniques. These cornerstones of discursive legitimation are rational, moral, authoritative and story-based legitimation. By exploiting these legitimation techniques, the producers of the texts form various competing discourses, depending on their point of view on the matter at hand. These discourses and the points of view behind them therefore strengthen or weaken the discursive legitimation of the subject matter by exploiting the legitimation cornerstones used for creating legitimation.

---

**Keywords** critical discourse analysis, discursive legitimation, Talvivaara, Kauppalehti

---

## **Kiitokset**

Haluan lausua parhaat kiitokseni pro gradu -työni ohjaajille Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulun Professor of Practice Lasse Mitroselle sekä Aalto-yliopiston tuotantotalouden diplomi-insinöörille ja tohtorikoulutettavalle Olli Rusaselle, jotka auttoivat aihevalinnassani sekä tekstin rakenteen ja tutkimuskysymyksen muotoilussa. Erityisesti haluaisin kiittää Olli Rusasta, joka ehdotti tutkimukseni aiheeksi Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj:tä. Tämä aihe sopi todella hyvin minulle, koska olen jo pitkään ollut kiinnostunut yritysten ympäristö- ja yhteiskuntavastuusta ja opiskellut sitä myös sivuaineenani. Talvivaara yrityksenä on puolestaan noussut Suomessa eräänlaiseksi huonon yritys vastuun esimerkkitapaukseksi, joten se oli tutkimuskohteena todella mielenkiintoinen. Lisäksi Olli Rusanen ehdotti tutkimusmenetelmäksi tutkimuksessa käytettyä kriittistä diskurssianalyysia, joten hänen merkityksensä tutkimukseni kannalta on ollut todella suuri. Ohjaajiltani saatu rakentava palaute auttoi myös paljon itse kirjoitusprosessin etenemistä, joten heidän panoksensa on ollut korvaamaton tutkimukseni kannalta.

Lisäksi haluaisin kiittää pro gradu -seminaariini osallistuneita muita opiskelijoita heiltä saamastani palautteesta ja tutkimukseeni liittyvistä parannusehdotuksista. Tämä vertaisarviointi ja -tuki oli varsinkin tutkimuksen teon alkumetreillä ja tutkimussuunnitelman määrittelyssä korvaamatonta.

Lisäksi haluaisin kiittää tyttöystävääni Irina Shevchukia tutkimuksen muotoilun ja ulkoasun toteuttamiseen saadusta teknisestä avusta. Lopuksi haluaisin vielä kiittää äitiäni Eija Ristimäkeä kieliopillisista neuvoista ja tutkimuksen teon aikana tarjotusta muusta tuesta.

Helsinki, toukokuu 2017

## Sisällys

1. Johdanto .....	6
1.1 Tutkimuskysymys ja tutkimuksen tavoitteet .....	7
1.2 Tutkimuksen rakenne.....	8
2. Kirjallisuuskatsaus .....	8
2.1 Tutkimuksen merkittävyys aikaisemman tutkimustiedon perusteella .....	9
2.2 Aikaisemmat tutkimukset .....	10
2.3 Teoreettinen viitekehys.....	16
2.3.1 Diskurssin käsite.....	16
2.3.2 Diskurssianalyysi.....	19
2.3.3 Kriittinen diskurssianalyysi teoreettisena viitekehysenä.....	19
2.3.4 Legitimaatio ja delegitimaatio .....	21
2.3.5 Diskursiivinen legitimaatio .....	22
3. Menetelmät.....	24
3.1 Legitimiteetin mittaaminen .....	24
3.2 Legitimointitapojen analysointi .....	26
4. Case-kuvaus .....	28
4.1 Talvivaaran ongelmat .....	30
4.2 Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj.....	30
4.3 Kauppalehti.....	32
5. Tulokset.....	32
5.1 Sijoitushoukuttelevuuden eli legitimaation muutos.....	36
5.1.1 Potentiaalinen sijoitushoukuttelevuus .....	38
5.1.2 Hyvä sijoitushoukuttelevuus .....	42
5.1.3 Huono sijoitushoukuttelevuus .....	45
5.1.4 Erittäin huono sijoitushoukuttelevuus .....	49
5.2 Legitimointikeinot .....	53
5.3 Yhteenveto tuloksista.....	56
6. Pohdinta.....	59
7. Johtopäätökset.....	64
7.1 Tutkimuksen vaiheet.....	65
7.2 Tutkimustulosten käytännön merkittävyys .....	66
7.3 Tutkimuksen rajoitukset .....	68
7.4 Jatkotutkimusideat .....	69
Lähteet .....	70
Raportit, lehdet ja verkkolähteet.....	73

## Kuvat ja taulukot

Kuva 1 Kriittisen diskurssianalyysin analyttinen viitekehys (Fairclough 1997).....	21
Kuva 2 Diskursiivisen legitimaation peruspilarit .....	26
Kuva 3 Legitimiteetin rakentuminen .....	27
Kuva 4 Talvivaaran konsernirakenne (Talvivaara 2009 c) .....	31
Kuva 5 Sijoitushoukuttelevuus uutisten diskurssi vuosittain .....	35
Kuva 6 Talvivaara sijoitushoukuttelevuus Kauppalehden uutisoinnissa .....	37
Kuva 7 Legitimaatio ja delegitimaatio sijoitushoukuttelevuus uutisten perusteella .....	57
Kuva 8 Diskursiivisen legitimaation rakentuminen .....	59
Taulukko 1 Yhteenveto aikaisemmasta tutkimuksesta.....	15
Taulukko 2 Talvivaaran sijoitushoukuttelevuussuosituksien vuosittain Kauppalehden uutisissa vuosina 2003–2016 .....	36
Taulukko 3 Sijoitushoukuttelevuus ja legitimointi.....	52
Taulukko 4 Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden legitimoitavat ja -määrät Kauppalehdessä aikavälillä 1.1.2003–20.4.2016.....	53

## 1. Johdanto

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on tutkia miten mediatekstien eri diskurssit vaikuttavat organisaatioiden diskursiiviseen legitimizeettiin. Tätä erilaisten diskurssien vaikutusta ja organisaatioiden ulkopuolelta tulevan legitimaation ja delegitimaation syntyä tutkitaan analysoimalla, miten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi vaikuttaa tutkimuksen kohteena olevan pörssiyrityksen diskursiiviseen legitimizeettiin. Ilmiötä kutsutaan diskursiiviseksi legitimaatioksi ja se on noussut yritysten toiminnan ja menestyksen kannalta merkittäväksi tekijäksi, koska olemassa olevan tutkimustiedon mukaan median diskursiivisella legitimaatiolla voi olla suoria vaikutuksia yritysten taloudelliseen menestykseen (esim. Pollock & Rindova 2003) ja toiminta edellytyksiin (Maguire & Hardy 2009).

Edellä mainittua diskursiivista legitimaatiota tutkitaan tässä tutkimuksessa Kauppalehdessä esiintyvien Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj:n (myöhemmin pelkkä Talvivaara) sijoitushoukuttelevuutta käsittelevien uutisten kautta. Erityisesti tutkimuksen kohteena on se, miten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin nouseminen mukaan sijoitushoukuttelevuus uutisiin muokkasi Talvivaaran diskursiivista legitimaatiota. Tutkimus mediatekstien eri diskurssien vaikutuksesta organisaatioiden diskursiiviseen legitimaatioon yhdistettynä analyysiin Kauppalehden tavasta uutisoida Talvivaaran sijoitushoukuttelevuudesta tuntui erittäin mielenkiintoiselta kombinaatiolta, koska diskursiivinen legitimaatio on vielä melko vähän tutkittu asia ja Talvivaara kohdeyrityksenä hyvin ajankohtainen. Esimerkiksi diskursseja paljon tutkineet Vaara, Tienari ja Laurila (2006, 2) toteavat omassa tutkimuksessa, että legitimoinnin ja delegitimoinnin diskursiivisia prosesseja, käytäntöjä ja strategioita koskevassa tutkimustiedossa on vielä paljon puutteita ja täydennettävää tietoa kaipaavia alueita. Suurin osa aikaisemmasta organisaatioiden legitimaatiotutkimuksesta on keskittynyt siihen mitä vaikutuksia organisaation omilla toimilla on legitimaatioon – mitä organisaatio itse voi tehdä ansaitakseen tai menettääkseen legitimoidun aseman. Hyvin vähän on tutkittu ulkopuolisten tekstien, kuten mediadiskurssin, legitimaatiovaikutuksia ja diskursiivista legitimaatiota. Useat tutkijat ovat kuitenkin sitä mieltä, että julkisen keskustelun diskurssilla on hyvin suuri vaikutus organisaatioiden legitimaatioon (esim. Maguire & Hardy 2009).

Tutkielman teoreettisena viitekehyksenä toimii kriittinen diskurssianalyysi ja tärkeimpänä analyysityökaluna legitimoinnin argumentaatiostrategiat. Kriittisen diskurssianalyysin monista teorioista tässä tutkimuksessa käytettiin Norman Faircloughin (esim.1997) teoriaa tekstin, diskurssikäytännön ja sosiokulttuurisen käytännön suhteesta. Analyysityökaluna toimi puolestaan Theo Van Leeuwenin (esim. 2007) teoria eri legitimointistrategioista. Kriittiselle diskurssianalyysille ominaisesti (Wodak 2004, 200) analyysin teko oli luonteeltaan hyvin edestakaista työskentelyä teorian, tutkimusaineiston ja oman tekstin välillä. Tutkimusta ohjasi kaksi taustahypoteesia: 1) tutkimuskohteen sijoitushoukuttelevuus muuttui tutkimusaineiston uutisissa hyvin oleellisesti hyvästä huonoon ja 2) sijoitushoukuttelevuuden muutos oli seurausta diskurssin muutoksesta.

Case-yrityksenä, jonka kautta organisaation diskursiivista legitimaatiota tässä tutkimuksessa tutkitaan, toimii Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj. Talvivaaraa pidettiin sen toiminnan alkaessa lama-Suomen pelastajana ja eräänlaisena uutena Nokiana. *Hype* yrityksen ympärillä oli todella suurta ja sen menestystä pidettiin lähes varmana. Yrityksen osake sai toiminnan alkuaikoina Kauppalehden sijoitussuosituksissa pelkästään ostosuosituksia ja sen odotettiin tuovan työttömyyden vaivaamalle Kainuun alueelle yli tuhat uutta työpaikkaa. Hankkeen yhteiskunnallinen merkitys oli suuri ja myös Suomen valtio osallistui suurilla investoinneilla kaivoksen rahoittamiseen. Talvivaara ajautui kuitenkin jo varsinaisen toimintansa alkutaipaleella sekä taloudellisiin että imagollisiin ongelmiin epäonnistuneiden kaivosprosessien aiheuttamien ympäristövahinkojen seurauksena. Näiden tapahtumien yhteydessä yrityksen sijoitushoukuttelevuutta koskevaan Kauppalehden uutisdiskurssiin nousi uusi diskurssi, jonka olen nimennyt tässä tutkimuksessa ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssiksi. Tämän uuden diskurssin esiintuomien asioiden seurauksena Talvivaara menetti legitimaationsa Kauppalehden sijoitushoukuttelevuus uutisoinnissa.

### **1.1 Tutkimuskysymys ja tutkimuksen tavoitteet**

Tutkimuskysymyksen muovaantuminen oli pitkä prosessi ja kysymys vaihteli prosessin aikana paljonkin, kunnes lopulta tarkentui nykyiseen muotoonsa: Miten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi vaikuttaa pörssiyritysten legitimizeettiin?



Teoreettisella tasolla tämä tutkimus pyrkii tuomaan lisätietoa diskursiiviseen legitimointiin ja erityisesti siihen, kuinka diskursiivinen legitimaatio ja delegitimaatio syntyvät. Tätä tutkitaan yhdistelemällä analyysin teossa kriittisen diskurssianalyysin näkemyksiä ja menetelmiä organisaatiotutkimuksen legitimointiprosesseista sovellettuun legitimaation määritelmään. Laajemmassa kuvassa tarkoituksena on tuoda lisätietoa siihen keskusteluun, miten median uutisointi voi osaltaan rakentaa, tuottaa ja muuttaa yhteiskunnallisen toimijan sosiaalista todellisuutta.

## **1.2 Tutkimuksen rakenne**

Tutkimus etenee siten, että ensimmäisessä luvussa käydään ensin lyhyesti läpi tutkimuksen menetelmät, merkittävyys, teoria ja tulokset. Tämän jälkeen esitellään tutkimuskysymys ja tutkimuksen tavoitteet sekä lopuksi tutkimuksen rakenne. Luvussa kaksi tehdään katsaus aikaisempiin aihetta käsitelleisiin tutkimuksiin ja esitellään tutkimuksen teoria eli diskurssin käsite, diskurssianalyysi, kriittinen diskurssianalyysi, legitimaatio ja delegitimaatio sekä diskursiivinen legitimaatio. Luvussa kolme esitellään tutkimusaineisto ja tutkimuksen tekoon käytetyt menetelmät ja luvussa neljä case-yritykset. Luvussa viisi käydään läpi tutkimuksen tulokset. Luku kuusi on pohdintaluku ja luvussa seitsemän esitellään tutkimuksen johtopäätökset. Lopussa on luettelo käytetyistä kirjallisista ja muista lähteistä.

## **2. Kirjallisuuskatsaus**

Legitimoinnin diskursiivisia prosesseja, käytäntöjä ja strategioita koskevassa tutkimustiedossa on vielä paljon puutteita ja täydentävää tietoa kaipaavia alueita. Suurin osa aikaisemmasta organisaatioiden legitimaatiotutkimuksesta on keskittynyt siihen, mitä vaikutuksia organisaation omilla toimilla on legitimaatioon eli mitä organisaatio itse voi tehdä ansaitakseen tai menettääkseen legitimoidun aseman. Hyvin vähän on tutkittu ulkopuolisten tekstien, kuten mediadiskurssin, legitimaatiovaikutuksia ja diskursiivista legitimaatiota. Useat tutkijat ovat kuitenkin sitä mieltä, että julkisen keskustelun diskurssilla on hyvin suuri vaikutus organisaatioiden legitimaatioon. Tämä julkisen keskustelun diskurssi rakentuu kaikista niistä erillisistä teksteistä, jotka käsittelevät käsillä olevaa asiaa ja luovat lopulta tekstienvälisen kokonaisuuden, joka toimii diskursiivisen legitimaation pohjana (Vaara, Tienari & Laurila 2006, 3; Maguire & Hardy 2009).

## **2.1 Tutkimuksen merkittävyys aikaisemman tutkimustiedon perusteella**

Yhteiskunnallisten asioiden, kuten yritystoiminnan sidosryhmävaikutusten ja ilmastonmuutoksen, vaikuttaessa nykyään yhä enemmän ja enemmän liiketoimintamallien ja yritystoiminnan yleiseen hyväksyntään on ympäristö- ja yhteiskuntavastuuasioiden sekä ulkopuolisen legitimoinnin ja käytäntöjen haastamisen ymmärtäminen noussut erittäin tärkeäksi asiaksi yritystoiminnan kannalta. (Maguire & Hardy 2009) Esimerkiksi organisaatioteoreetikot Elsbach (1994), Lamertz & Baum (1998) sekä Zuckerman (1999) ovat kukin tahoillaan tuoneet esiin kolmansien osapuolien, kuten asiantuntijoiden ja median, vaikutuksen siihen millaisena ja kuinka haluttavana sidosryhmät näkevät yrityksen ja sen toimet. Medianäkyvyys ja näkyvyyden luonne vaikuttavat yrityksen imagoon, legitimitettiin ja tunnettavuuteen. Myös esimerkiksi Rao (1994) sekä Fanelli & Misangyi (2006) ovat sitä mieltä, että juuri medialla on suuri vaikutus organisaatioiden legitimointiin johtuen median rooleista tiedon jaon institutionaalisenä välikätenä sekä julkisen diskurssin luojana. Lisäksi median jakamaa informaatiota pidetään luotettavana, koska media on erikoistunut levittämään informaatiota ja arvioimaan organisaatioiden työtuloksia, joten sen oletetaan pääsevän paremmin käsiksi organisaatioita koskevaan tietoon. Esimerkiksi Pollock & Rindova (2003, 1) tulivat omassa uusien pörssiyritysten ja median legitimaation yhteyttä koskevassa tutkimuksessaan siihen tulokseen, että julkisella informaatiolla on vaikutuksia niin uusien pörssiyritysten kohtaan koettuun legitimaatioon kuin investoijien käyttäytymiseen. Tämä johtuu informaation epävarmuutta vähentävästä vaikutuksesta, jota hyväksi käytetään myös talouden markkinoilla esimerkiksi sijoituspäätösten tekemiseen (Zuckerman 1999).

Pollock & Rindova (2003) tuovat lisäksi esiin organisaatiotutkimuksen viimeaikaiset tulokset, joiden mukaan tiedonlevitysvälikäsien, kuten median ja talousanalyttikoiden, vaikutus markkinoihin on selkeä. Myös heidän oman tutkimuksensa mukaan sillä, minkälaista informaatiota media yrityksestä välittää on yhteys siihen, millaisena sijoittajat yrityksen näkevät. Heidän tutkimustulostensa mukaan median tuottama informaatio rakentaa osaltaan yritysten julkisuuskuvaa ja legitimaatiota investoijien silmissä ja ohjaa näin sijoituskäyttäytymistä laajallakin alalla. Tällainen legitimointi tapahtuu vaikuttamalla sidosryhmien käsityksiin yritysten ja niiden toimien houkuttelevuudesta ja soveliaisuudesta – korostamalla ja kertomalla tiettyjä asioita ja rajaamalla toisia pois (Pollock & Rindova 2003; Zuckerman 1999). Esimerkiksi positiivinen julkisuus tekee yrityksistä tutumpia ja

haluttavampia ja parantaa näin niiden legitimaatiota. Lisäksi yritysten tai sen toimien saavuttama legitimaatio edesauttaa muun muassa suotuisia investointipäätöksiä, resurssien hankintaa ja kasvattaa sidosryhmien arvostamia ominaisuuksia, kuten luotettavuutta ja ennustettavuutta (Pollock & Rindova 2003, 631; Suchman 1995, 571).

## **2.2 Aikaisemmat tutkimukset**

Diskursiivisen legitimaation menetystä ovat aikaisemmin tutkineet esimerkiksi Steve Maguire ja Cynthia Hardy, tutkimuksessaan *Discourse and Deinstitutionalization: The Decline of DDT* (2009). Tutkimus käsitteli tunnetun, markkinoita hallinneen hyönteismyrkyn, DDT:n käyttöön liittyvien itsestäänselvyyksien deinstitutionalisointia ja tähän deinstitutionalisointiin liittyviä diskursiivisia tekijöitä. Nämä itsestäänselvyyksien deinstitutionalisoinnit johtivat 10 vuodessa ensin DDT:n myynnin laskuun noin 33 prosentilla ja lopulta myös sen täydelliseen käyttökieltoon Yhdysvalloissa. Maguire ja Hardy osoittavat, miten uusien diskurssien avulla voidaan horjuttaa pitkään instituutioita pystyssä pitäneitä käytäntöjä ja haastaa näin vanhoja toimintamalleja ja legitimaatioita. Heidän tutkimustulokset havainnollistavat, miten yksittäisten toimijoiden, uusista katsantokantoista tuottamat, jakelemat ja kuluttamat tekstit voivat diskurssin muutoksen myötä johtaa vanhojen, itsestään selvänä pidettyjen käytäntöjen, merkitysten ja diskurssien hylkäämiseen. (Maguire & Hardy 2009)

Tällaiset organisaatioiden ulkopuolelta tulevat vanhojen toimintamallien ja itsestään selvyyksien haastamiset ja delegitimoinnit ovat nousseet erittäin merkittäviksi tekijöiksi tämän päivän yritysmaailmassa, jossa vahvassakin asemassa olevia liiketoimintamalleja on alettu kyseenalaistamaan, jos niiden vaikutusten on todettu olevan haitallisia ympäristölle tai ihmisten terveydelle. Jos tällaisia vakiintuneita, itsestään selvänä pidettyjä käytäntöjä ja tapoja halutaan haastaa ja muuttaa täytyy Maguiren ja Hardyn mukaan niihin liittyvän diskurssin muuttua. Tällainen diskurssin muutos on mahdollista vain uusien katsantokantojen myötä, koska vanhat vallassa olevat katsantokannat eivät tuo esiin vallitsevien uskomusten haasteita ja niihin liittyviä ongelmakohtia. Sen sijaan ne vahvistavat vallitsevaa tilaa ja nykyisiä toimijoita korostamalla niihin liittyvien toimintamallien oikeellisuutta, hyödyllisyyttä ja asiaankuuluvuutta. (Maguire & Hardy 2009) Ollakseen tehokkaita näiden uusia diskursseja sisältävien yksittäisten toimijoiden kirjoittamien tekstien

täytyy sisältää sellaisia väitteitä, esimerkkejä, tilastoja ja tarinoita, jotka tuovat esiin nykyisten käytäntöjen toimimattomuutta, epäoikeudenmukaisuutta ja muita haittapuolia (Maguire & Hardy 2009; Colomy 1998, 289). Lisäksi tekstien kirjoittajat ja jakelijat voivat parantaa tekstien ja väitteidensä uskottavuutta ja suostuttelevuutta erilaisten retoristen strategioiden avulla. (Maguire & Hardy 2009).

Vaara, Tienari & Laurila (2006) tutkivat omassa median diskursiivista legitimaatiota käsitelleessä tutkimuksessaan suomalaisen Enson ja ruotsalaisen Storan fuusioitumista ja sitä seurannutta julkista keskustelua. Tutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä toimi kriittinen diskurssianalyysi, jonka avulla Vaara ym. selvittivät minkälaisia aiheita ja ongelmia fuusiota seuranneissa mediateksteissä nousi esiin. Aiheiden ja ongelmien määrittelyä seurasi tekstienvälinen analyysi, jonka avulla tunnistettiin fuusion legitimointiin käytetyt neljä erilaista diskurssia: uusliberalistinen, nationalistinen, humanistinen ja viihteellinen diskurssi. Lisäksi he tunnistivat viisi legitimoinnin argumentaatiostrategiaa, joiden avulla nämä diskurssit muodostettiin. Nämä ovat 1) normalisointi, 2) rationalisointi, 3) moralisointi, 4) auktorisointi ja 5) tarinan kerronta. Heidän tutkimustulostensa mukaan näiden keinojen toistuva ja jatkuva käyttö yksittäisissä teksteissä luo julkisen keskustelun tekstienvälisen kokonaisuuden kautta pohjan erilaisille diskursiivisille legitimaatioille. Vaara ym. toivat esiin myös legitimaation läheisen suhteen valtaan ja institutionalisointiin. Heidän nykyaikaisten organisaationaalisten ilmiöiden legitimointia koskeva diskursiivisten strategioiden malli esittää, miten edellä mainitut strategiat tulevat ilmi yksittäisissä teksteissä ja tekstienvälisissä kokonaisuuksissa ja minkälaisia valtaan ja institutionalisointiin liittyviä seuraamuksia niillä on. (Vaara ym. 2006)

- 1) Normalisointi: Yksittäiset tekstit antavat esimerkkejä ”normaaleista” toiminta- ja käyttäytymismalleista. Tekstienväliset kokonaisuudet vakiinnuttavat näitä toistuvia esimerkkejä, jotka lopulta saavuttavat tätä kautta institutionaalisen aseman.
- 2) Rationalisointi: Yksittäiset tekstit tarjoavat väitteilleen rationaaliset perustelut. Tekstienväliset kokonaisuudet vakiinnuttavat nämä toistuvat rationalisoinnit normaaleiksi tavoiksi ajatella, mikä puolestaan johtaa näiden rationalisointien institutionalisoitumiseen.

- 3) Moralisointi: Yksittäiset tekstit perustelevat väittämänsä moraalisiin ja ideologisiin perustein. Tekstienväliset kokonaisuudet vakiinnuttavat nämä toistuvat moraali- ja ideologiaperusteet normaaleiksi arvomaailmoiksi, jolloin tietyt moraali- ja ideologiaperusteet saavuttavat institutionalisoituneen aseman.
- 4) Auktorisointi: Yksittäiset tekstit perustavat väitteensä johonkin tiettyyn auktoriteettiin. Tekstienväliset kokonaisuudet vakiinnuttavat normaaleiksi nämä auktoriteetit ja auktorisoinnit, mikä johtaa tiettyjen auktoriteettien institutionalisoitumiseen ja toisten auktoriteettien marginalisoitumiseen.
- 5) Tarinan kerronta: Yksittäiset tekstit pyrkivät konkretisoimaan ja dramatisoimaan asioita tarinan kerronnan kautta. Tekstienväliset kokonaisuudet vakiinnuttavat normaaleiksi nämä toistuvat tarinat, mikä johtaa jälleen tiettyjen tarinoiden institutionaaliseen asemaan. (Vaara ym. 2006)

Vaara ym. täydensivät malliaan vielä neljällä huomautuksella. 1) Näiden strategioiden käyttö mediateksteissä ei luultavasti ole täysin tietoista tai tarkoituksellista – toimittajiin, kuten muihinkin ihmisiin vaikuttaa suuresti vallitsevat diskurssit ja diskurssikäytännöt. 2) Strategiat esiintyvät harvoin täysin omillaan. Sen sijaan ne ovat usein toisiinsa kietoutuneita. 3) Mediatekstit ovat usein monitulkintaisia ja ristiriitaisia. Monien näkökulmien ja vastakkaisten rationalisointien ja moralisointien esittäminen on hyvin luonteenomaista mediateksteille. Yksittäiset tekstit ja varsinkin tekstienväliset kokonaisuudet voivat siis sisältää sekä legitimointia että delegitimointia. 4) Vaikka onkin mielenkiintoista tutkia yksittäisten strategioiden käyttöä, on erityisen tärkeää kiinnittää huomiota tekstienvälisissä kokonaisuuksissa syntyviin legitimaatiodiskursseihin. (Vaara ym. 2006) Vaaran ym. tutkimus auttaa siis ymmärtämään, mikä on median rooli siinä monimutkaisessa tekstien tuottamis-, jakelu- ja kulutusprosessissa, joka rakentaa organisaatioita koskevien ilmiöiden legitimaatiota ja delegitimaatiota.

Ehkä tunnetuimmat diskursiivisen legitimaation argumentaatiostrategiat on kehittänyt Theo van Leeuwenin (2007). Hän määritteli omassa diskursseja, kommunikaatiota ja legitimaatiota käsittelevässä tutkimuksessaan neljä diskursseihin liittyvää

argumentaatiostrategiaa, jotka ovat: 1) auktorisointi, 2) moraalinen arviointi, 3) rationalisointi ja 4) tarinan kerronta. (van Leeuwenin 2007) Nämä van Leeuwenin legitimaatiostrategioita käydään tarkemmin läpi teoria-osuudessa.

Carmelo Mazza ja José Luis Alvarez tutkivat *Haute Couture and Prêt-à-Porter: The Popular Press and the Diffusion of Management Practices* (2000) -tutkimuksessaan, mikä on talouslehtien rooli yritysjohtamisen ideoiden ja käytäntöjen tuotannossa, levittämisessä ja legitimoinnissa. Heidän tutkimuksensa perustui tutkimusta edeltäneen vuosikymmenen aikana johtavissa italialaisissa talouslehdissä julkaistuihin henkilöstöhallintoartikkeleihin ja niiden analysointiin. Tämän analyysin perusteella he esittävät sanomalehtien ja aikakauslehtien sekä erityisesti painettujen talouslehtien olevan nykyään yritysjohtamisen ideoiden ja käytäntöjen pääasiallinen legitimointiareena. Heidän tutkimustuloksensa siis vahvistavat aikaisempaa tutkimustietoa (esim. Pollock & Rindova 2003; Zuckerman 1999; Rao 1994; Fanelli & Misangyi 2006), jonka mukaan media toimii organisaatioiden ja niitä koskevien ajatusten pääasiallisena legitimaatioalustana. Tutkimus käsitteellistää ensin johtamisteorian ja -käytäntöjen luomisprosessin aikaisemman teorian pohjalta. Tämän jälkeen tutkimuksessa siirrytään analysoimaan mikä on sanomalehtien ja aikakauslehtien rooli johtamisteorioiden ja -käytäntöjen legitimoinnissa. Tätä seuraa varsinaisen tutkimusmateriaalin analysointi ja tulosten esittäminen ja läpikäynti. Mazzan ja Alvarezin mukaan johtamisteorioiden ja -käytäntöjen muodostuminen ja leviäminen tapahtuvat kolmessa vaiheessa: 1) tuottaminen, 2) levittäminen ja leviäminen ja 3) legitimointi. He nimeävät tämän prosessin tärkeimmiksi tekijöiksi oppilaitokset, konsulttiyritykset sekä johtavat sanomalehdet ja aikakauslehdet. Tuotantovaiheessa oppilaitokset ja konsulttiyritykset muodostavat ja jäsentävät uutta ja vanhaa johtamisteorian tietoa sellaiseen muotoon, että sitä voidaan levittää eteenpäin ammatinharjoittajille ja muille käyttäjille. Levittämisvaiheessa oppilaitokset ja konsulttiyritykset yhdistävät edellisessä vaiheessa muodostettua tieteellistä tietoa käytännön tietoon tehdäkseen tutkimustiedosta houkuttelevampaa loppukäyttäjälle. Mazzan ja Alvarezin mukaan johtamisteoriat alkavat tässä vaiheessa levitä myös yritysmaailman ulkopuolelle esimerkiksi urheiluun ja politiikkaan. Legitimointivaiheessa johtamisteoriat jatkavat leviämistään yhä laajemmin yritysmaailman ulkopuolelle. Tässä vaiheessa yksittäiset johtamisteoriat saattavat muuttua villityksiksi ja muoti-ilmiöiksi lehtien esittäessä niiden yhteydessä erilaisia popularisointeja,

ideologisia väittämiä ja sosiaalisesti hyväksytyjä symboleja. Tutkimuksen mukaan juuri tämän legitimaation seurauksena johtamisteoriat leviävät lopulta myös laajemmin eri alojen johtajien käyttöön. (Mazza & Alvarez 2000) Legitimoinnilla ja talouslehdillä on heidän tutkimustulostensa mukaan siis erittäin suuri rooli uuden tiedon levittämisessä. Näiden prosessien kuvaamisen jälkeen tutkimuksessa siirrytään esittämään ja analysoimaan johtamisteorioiden legitimointiprosessia sekä talouslehtien osuutta tässä prosessia. Mazzan ja Alvarezin esittävät legitimaatiolle kolme tärkeintä lähdettä.

- 1) Mukautuminen: legitimaatio saavutetaan mukautumalla ympäröivään maailmaan ja sopeutumalla vallitseviin arvoihin, lain pykäliin, toimintamalleihin ym.
- 2) Sosiaalinen kannatus ja hyväksyntä: legitimaatio syntyy johtavien toimijoiden käyttämien ja hyväksymien toimintatapojen perusteella.
- 3) Dramatisointi: legitimointi tapahtuu dramatisoimalla kieltä ja kehittämällä tarinoita ja myyttejä, jotka kuvaavat onnistuneita ja epäonnistuneita tapoja toimia. (Mazza & Alvarez 2000)

Analyysin viimeisessä osassa Mazza ja Alvarez selittävät miten erilaiset legitimaation lähteet liittyvät henkilöstöhallinnon ja johtamisen käytäntöihin. Tutkimusaineistostaan tekemänsä diskurssianalyysin perusteella he esittävät, että yleisesti käytetyt henkilöstöhallintomenetelmät saavat legitimaationsa yritysten menestysten kautta, koska menestyneiden yritysten käytäntöjen kopiointia pidetään rationaalisesti järkevänä. Tällöin legitimaation lähteinä toimivat 1) menetelmien mukautuminen oman yrityksen arvoihin, 2) isojen yritysten esimerkki käytössä olevista menetelmistä ja 3) hyväksi todettu käytettävyys. Mazzan ja Alvarezin tutkimustulosten mukaan saavuttaakseen laajasti hyväksytyn ja käytetyn käytännön aseman johtamisteorian täytyy saavuttaa mukautumisen, sosiaalisen kannatuksen ja hyvien tarinoiden kautta sosiaalisesti rakentunut legitimaatio, jonka syntymisessä medialla on merkittävä rooli. (Mazza & Alvarez 2000)

Tutkimus	Aihe	Tutkimustulokset	Merkittävyys
Maguire & Hardy (2009)	Diskurssin merkitys deinstitutionalisoinnissa	Uusista katsantokantoista tuotetut, jaellut ja kulutetut tekstit voivat diskurssin muutoksen myötä johtaa vanhojen, itsestään selvänä pidettyjen käytäntöjen, merkitysten ja diskurssien hylkäämiseen.	Auttaa ymmärtämään miten vanhoja toimintamalleja ja legitimaatioita voidaan haastaa
Vaara, Tienari & Laurila (2006)	Diskursiiviset legitimaatiostrategiat media-kontekstissa	Diskursiivinen legitimaatio vai rakentua viiden legitimaatiostrategian avulla. 1) normalisointi, 2) rationalisointi, 3) moralisointi, 4) auktorisointi ja 5) tarinan kerronta. Näiden keinojen toistuva ja jatkuva käyttö yksittäisissä teksteissä luo julkisen keskustelun tekstienvälisen kokonaisuuden kautta pohjan erilaisille diskursiivisille legitimaatioille.	Auttaa ymmärtämään, miten legitimaatio rakentuu ja mikä on median rooli legitimaatioita rakentavien tekstien tuottamisessa, jakelussa ja kuluttamisessa
Mazza & Alvarez (2000)	Talouslehtien rooli johtamiskäytäntöjen kehittämisessä ja legitimoinnissa	Saavuttaakseen laajasti hyväksytyn ja käytetyn käytännön aseman johtamisteorian täytyy saavuttaa mukautumisen, sosiaalisen kannatuksen ja hyvien tarinoiden kautta sosiaalisesti rakentunut legitimaatio, jonka syntymisessä medialla on merkittävä rooli.	Auttaa ymmärtämään, miten legitimaatio syntyy talouslehdissä

**Taulukko 1 Yhteenveto aikaisemmasta tutkimuksesta**

Yllä oleva taulukko on yhteenveto aiemmasta tutkimuksesta; aihepiireistä, tutkimustuloksista ja merkittävyydestä. Mainituista tutkimuksista voidaan tehdä yleistyksiä koskien diskursiivisen legitimaation tämän hetkistä tutkimustietoa, sillä esimerkiksi Vaara on hyvin tunnettu tämän alan tutkija, ja kaikkiin tutkimuksiin on lisäksi viitattu useasti muissa tutkimuksissa. Tutkimustuloksia voidaan siis pitää yleisesti hyväksytyinä ja laajasti käytettyinä.



## **2.3 Teoreettinen viitekehys**

Tutkielman teoreettisena viitekehysenä toimii kriittinen diskurssianalyysi. Kriittinen diskurssianalyysi tarkastelee kieltä yhteiskunnallisena tuotoksena ja yhteiskunnallisena vaikuttajana (Fairclough 1997, 76). Kriittisen diskurssianalyysin taustalla on ajatus, että kielenkäyttö kaikissa muodoissaan rakentaa aina yhtäaikaaisesti sosiaalisia identiteettejä, sosiaalisia suhteita sekä tieto- ja uskomusjärjestelmiä. Jokainen teksti (suullinen, kirjallinen tai visuaalinen) siis muotoilee osaltaan näitä kulttuurisia ja yhteiskunnallisia tekijöitä uudistamalla, ylläpitämällä ja muuttamalla sosiaalisia identiteettejä ja suhteita sekä tieto- ja uskomusjärjestelmiä. (Fairclough 1997, 76). Kriittisen diskurssianalyysin piirissä keskityn erityisesti diskursiivisen legitimaation tutkimiseen. Tämän kriittisen diskurssianalyysin piiriin kuuluvan tutkimusmuodon erityispiirteet esitellään tarkemmin jäljempänä tässä teoriaosuudessa. Ensin käydään kuitenkin läpi diskurssi-käsitteen yleispiirteet. Tämän jälkeen siirrymme diskurssianalyysin esittelyyn ja vasta lopuksi kriittisen diskurssianalyysin erikoispiirteiden läpikäyntiin.

### **2.3.1 Diskurssin käsite**

Diskurssi-termillä on monia eri merkityksiä riippuen siitä, missä yhteydessä sitä käytetään. Termillä voidaan tarkoittaa mm. kieltä yleisesti sosiaalisessa käytössä tai jotakin tarkempaa kielen sisäistä kategoriaa esimerkiksi tekstienvälisessä analyysissä. Van Dijk (1990, 164) mukaan diskurssi on sekä joku tietty tapa käyttää kieltä että joku tietty sosiaalisen kanssakäymisen muoto. Van Dijk käsittää diskurssin tekstiksi, joka voi olla visuaalinen, suullinen tai kirjallinen, jossain tietyssä kontekstissa. Maguire ja Hardy määrittelevät diskurssit kokoelmaksi toisiinsa liittyviä tekstejä, jotka yhdessä tuottavat merkityksiä ja vaikuttavat maailmaan. (Maguire & Hardy 2009) Meriläinen, Tienari, Thomas ja Davies (2004, 544) ovat puolestaan sitä mieltä, että diskurssit määrittävät sitä, kuka tai mikä on normaalia, hyväksyttävää ja standardien mukaista. Hall (2001) taas muotoilee diskurssien määrittelevän hyväksytyjä tapoja ajatella, puhua ja toimia. Fairclough puolestaan yhdistää kahden eri alan eli kielitieteiden ja jälkistrukturalistisen yhteiskuntateorian määritelmät omassa diskurssimääritelmässään siten, että kielitieteellisessä mielessä diskurssi liittyy hänen määritelmässään kielen tekstienväliseen, eli tekstien sosiaaliset suhteet ja identiteetit, funktioon sekä lajityypin käsitteeseen ja jälkistrukturalistisen yhteiskuntateorian mielessä

kielen ideationaaliseen, eli tekstien tieto- ja uskomusjärjestelmät, funktioon. (Fairclough 1997, 31)

Tässä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita kielen ideationaalisesta funktiosta, joka Faircloughin mukaan on siis joku tietty tapa esittää joku osa fyysisestä, sosiaalisesta tai psyykkisestä maailmasta. Eri diskursseissa maailma esitetään eri lailla esittämällä tiettyjä asioita ja jättämällä toisia pois. Diskurssit eroavat toisistaan siinä, mitä niissä esitetään ja mitä jätetään esittämättä, kuinka yksityiskohtaisesti prosesseista ja vaikutussuhteista, sosiaalisista toimijoista, ajasta ja paikasta sekä tapahtumista kerrotaan ja kuinka nämä asiat esitetään. (Fairclough 2003, 17)

Faircloughin mukaan teksteistä voidaan erottaa kaksi kausaalista ”voimaa”, jotka muokkaavat tekstejä. Nämä ovat:

- 1) sosiaaliset rakenteet ja käytännöt
- 2) sosiaaliset toimijat eli sosiaalisissa tapahtumissa osallisena olevat ihmiset.

Nämä kausaliteetit eivät kuitenkaan ole välttämättä yksinkertaisia mekaanisia syy-seuraussuhteita, ennustettavissa olevia säännönmukaisuuksia tai ainoastaan kielellisten rakenteiden ja diskurssijärjestysten seurausta. Niihin vaikuttavat myös kaikkien muiden sosiaalisten rakenteiden eri puolet. (Fairclough 2003, 22–25) Tämän tutkimuksen rajauksessa on kuitenkin päätetty keskittyä edellä mainittuihin kahteen kausaaliseen voimaan, joita Fairclough täsmentää seuraavasti:

- 1) *Sosiaaliset rakenteet* kuten taloudellinen rakenne tai sosiaaliluokka ovat hyvin abstrakteja kokonaisuuksia. Sosiaalinen rakenne määrittää tapahtumien potentiaalia ja mahdollisuuksia mutta itse suhteet ja tapahtumat rakenteiden ja tapahtumien välillä ovat todella monimutkaisia. Tapahtumat eivät ole suoraan jonkin abstraktin sosiaalisen rakenteen seurauksia. Sen sijaan rakenteiden ja tapahtumien välillä on organisatorisia kokonaisuuksia ja niiden keskinäiset suhteet ovat välillisiä. Näitä suhteita Fairclough kutsuu sosiaalisiksi käytännöiksi. *Sosiaalisia käytäntöjä* ovat esimerkiksi valmentaminen urheiluseurassa ja opettaminen koulutuslaitoksissa.

Sosiaaliset käytännöt ikään kuin kontrolloivat ja rajoittavat niitä sosiaalisten rakenteiden valikoimia mitkä kussakin tilanteessa ovat hyväksyttyä ja mahdollisia ja mitkä eivät sekä ylläpitävät näiden valikoimien säilyttämistä sosiaalisen elämän eri osa-alueilla. (Fairclough 2003, 23)

- 2) Jokaisella *sosiaalisella toimijalla* on omat kausaaliset suhteensa ja voimansa. Näiden avulla he jäsentävät tekstejä ja luovat suhteita niiden eri osien välille. Tätä jäsentämistä ja suhteiden luomista rajoittavat tietyt kielen rakenteelliset rajoitteet kuten kielioppi ja eri tilanteiden genret. Näistä huolimatta jokaiselle sosiaaliselle toimijalle jää silti hyvin paljon vapauksia eri tekstien jäsentelyyn, vaikka prosessia rajoittavatkin tietyt reunaehdot. Sosiaaliset toimijat eivät siis ole täysin vapaita toimijoita. Sen sijaan heidänkin tekonsa ovat jollain tapaa sosiaalisesti rajoittuneita, vaikka ne eivät olekaan täysin sosiaalisesti määräytyneitä. (Fairclough 2003, 22)

*Sosiaalisilla tapahtumilla* tarkoitetaan tässä diskurssimääritelmässä erilaisia tekstejä. Kieli määrittelee potentiaalin ja mahdollisuudet ilmaista asioita mutta samaan aikaan myös sulkee pois jonkin toisen osan. Esimerkiksi kielioppi rajoittaa sitä, miten asioita on oikeaoppista ilmaista ja miten ei. Tekstit sosiaalisten tapahtumien elementteinä eivät kuitenkaan ole seurausta ainoastaan kielten potentiaaleista ja mahdollisuuksista. Teksteihin vaikuttavat myös sosiaalisten käytäntöverkostojen kielelliset elementit. Fairclough kutsuu näitä diskurssijärjestyksiksi. (Fairclough 2003, 24–25)

Diskurssijärjestys on sosiaalisten käytäntöverkostojen kielellinen näkökulma. Kielellisellä näkökulmalla ei tarkoiteta tässä yhteydessä esimerkiksi sanaluokkia tai lauseita vaan diskursseja, genrejä ja tyylejä. Faircloughin teorian mukaan diskurssijärjestykset muodostavat sosiaalisen järjestyksen ja kontrolloivat kielellisten variaatioiden mahdollisuuksia. Niiden edellä mainitut elementit eli diskurssit, genret ja tyylit eivät vastaavasti ole pelkästään kielellisiä kategorioita vaan kategorioita, jotka esiintyvät kielellisen ja ei-kielellisen sekä diskursiivisen ja ei-diskursiivisen välillä. (Fairclough 2003, 24–25)

Kun tekstejä tarkastellaan sosiaalisten tapahtumien elementteinä, niitä ei kuitenkaan voi pitää ainoastaan kielellisten rakenteiden ja diskurssijärjestysten seurauksina vaan niihin vaikuttavat myös muut sosiaaliset rakenteet ja niiden kaikki muodot, jolloin itse tekstiin vaikuttaneiden tekijöiden määrittely muuttuu vaikeaksi. (Fairclough 2003, 24–25) Edellä mainitusta rajoitteesta huolimatta pyrin tässä tutkimuksessa selvittämään miten eri diskurssit vaikuttavat siihen, miten ja mitä asioita teksteissä esitetään ja mitä ei, ja mitä vaikutuksia tällä on kohdeyrityksen sosiaaliseen todellisuuteen.

### **2.3.2 Diskurssianalyysi**

Diskurssianalyysin määrittely vaihtelee usein määrittelijän mukaan eikä sitä voida pitää samalla tavalla selkeärajaisena tutkimusmenetelmänä kuin tutkimusmenetelmät tieteissä yleensä käsitetään. Diskurssianalyysi on pikemminkin väljä teoreettinen viitekehys, jonka alla on erilaisia tarkastelun painopisteitä ja menetelmällisiä sovelluksia. (esim. Van Dijk 1993; Fairclough 1995; Wodak 1996; Jokinen ym. 2004) Lisäksi diskurssianalyysia käytetään monella tieteenalalla, ja sillä on paljon yhteistä rajapintaa muun muassa keskusteluanalyysin, retoriikan, semiotiikan ja etnografian kanssa. (Jokinen ym. 1999, 37) Laajasti määriteltynä voidaan kuitenkin sanoa, että diskurssianalyysilla tarkoitetaan kaikkea kielen kognitiivista ja sosiaalista tutkimusta. Tämän tutkimuksen diskurssianalyysi kohdistuu tekstianalyysiin ja siihen, miten merkityksiä tuotetaan teksteissä. Diskurssianalyysin eri suuntauksista parhaiten tähän tarkoitukseen soveltuu kriittinen diskurssianalyysi.

### **2.3.3 Kriittinen diskurssianalyysi teoreettisena viitekehysenä**

Kriittinen diskurssianalyysi tarkastelee kieltä yhteiskunnallisena tuotoksena ja yhteiskunnallisena vaikuttajana. Tarkastelun ytimessä on näiden kahden tekijän välinen jännite sen sijaan, että tarkasteltaisiin yksipuolisesti vain jompaakumpaa aspektia. (Fairclough, 1997, 75–76). Kriittiselle diskurssianalyysille on ominaista tutkimuksen yhteiskunnallinen merkittävyys ja ajankohtaisuus.

Yhteiskunnallinen merkittävyys ja ajankohtaisuus ovat oleellinen osa myös tätä tutkimusta, sillä Talvivaaralle oli varattu erittäin suuri rooli suomalaisessa yhteiskunnassa, ja sen odotettiin kasvavan jopa koko Suomen valtion talouden uudeksi veturiksi. Suuren

potentiaalinsa vuoksi kaivoksen eri vaiheet ovat saaneet laajasti huomiota mediassa. Kaivos onkin herättänyt paljon tunteita puolesta ja vastaan, ja sen hyödyistä ja haitoista on väitelty eri yhteyksissä useaan otteeseen muun muassa valtion, luonnonsuojelijoiden, alueen asukkaiden ja mökkiläisten sekä yrityksen välillä. Lisäksi aiheesta on tehty tv-dokumentteja ja elokuvia sekä kirjoitettu kirjoja, joten sen voidaan sanoa koskettaneen yhteiskuntaa monella eri tasolla. Kriittisen diskurssianalyysin tunnetuimman kehittäjän Norman Faircloughin mukaan kielen rooli ja vaikutukset nähdään nykyään yhä merkittävämpinä tekijöinä tällaisissa suurissa yhteiskunnallisissa tapahtumissa (Fairclough 2003, 203–205). Sillä, miten asioista kirjoitetaan ja viestitään, on suuri merkitys sen suhteen, miten tapahtumat koetaan.

Faircloughin viestintätilanteen kriittinen diskurssianalyysi erittelee käsiteltävän tilanteen kolmen eri puolen eli tekstin, diskurssikäytännön ja sosiokulttuurisen käytännön, välisiä suhteita.

1. Tekstit voivat tässä yhteydessä olla suullisia, kirjallisia tai visuaalisia.
2. Diskurssikäytännöillä tarkoitetaan tekstin tuotannon ja tekstin kulutuksen prosesseja.
3. Sosiokulttuuriset käytännöt viittaavat siihen sosiaaliseen ja kulttuuriseen yhteyteen, jonka osana kyseinen viestintätapahtuma on.

Kriittisen diskurssianalyysin analyyttisen viitekehyksen mukaan olennaista on se, kuinka viestintätapahtuman kolmen ulottuvuuden välinen suhde esitetään. Kuten alla olevasta kuvasta käy ilmi diskurssikäytäntö on ikään kuin välittäjänä tekstin ja sosiokulttuurin välillä. Tällä tavoin diskurssikäytäntö muodostaa sosiokulttuurisen ja tekstienvälisen kytköksen. Sosiokulttuuriset käytännöt siis muovaavat tekstejä muuttamalla diskurssikäytännön luonnetta eli tekstien tuottamisen ja kuluttamisen tapoja, mikä puolestaan näkyy itse tekstin ominaisuuksissa. (Fairclough 1997, 74–82)



Kuva 1 Kriittisen diskurssianalyysin analyyttinen viitekehys (Fairclough 1997)

### 2.3.4 Legitimaatio ja delegitimaatio

Legitimaatio-käsite saa tieteellisissä teksteissä monia erilaisia määritelmiä riippuen siitä, mikä ala milloinkin on kyseessä. Osa yhdistää sen moraalisesti ansaittuun valtaan (Mazza & Alvarez, 2000), osa taas sosiaaliseen hyväksyntään ja yhdenmukaisuuteen (esim. Dowling & Pfeiffer 1975; Suchman, 1995; Aerts & Cormier, 2009). Brown & Deeganin (1998) mukaan organisaation legitimaatio koostuu kahdesta tekijästä: organisaation omat, legitimaatioon varta vasten keskittyvät toimet ja organisaation muut teot, jotka vaikuttavat sen sidosryhmien omaksumiin arvoihin ja normeihin (kts. Dowling & Pfeiffer, 1975). Brown ja Deegan (1998, 23) myös erottavat legitimitetin ja legitimaation toisistaan erillisiksi käsitteiksi. Legitimiteetillä he tarkoittavat tilaa tai statusta ja legitimaatiolla prosessia, jonka avulla organisaatiot voivat saavuttaa tämän tilan tai statuksen. Grayn, Kouhyn ja Laversin (1995, 54) mukaan legitimizeetti on tila tai status, joka saavutetaan, kun entiteetin oma arvomaailma on yhteneväinen sen yhteiskuntajärjestelmän kanssa, jonka osana kyseinen entiteetti toimii. Aerts ja Cormier (2009, 1) puolestaan sanovat legitimizeetissä olevan kyse lähinnä käsityksistä ja näkemyksistä – miten ja millaisena yhteiskunta ja sidosryhmät näkevät asiat. Legitimiteetillä viitataan siis yleensä jonkin instituution sosiaalisesti hyväksytyyn tilaan ja asemaan, kun taas legitimaatio on se prosessi ja siihen liittyvät teot, jolla legitimizeetti saavutetaan (Mazza & Alvarez, 2000).

Diskurssianalyysin näkökulmasta legitimointi on jonkin toiminnan tai sen hyväksyttävyyden esittämistä ja perustelemista erilaisten retoristen argumentaatiostrategioiden avulla siten, että se edistää jonkin tietyn tekijän etua tai valtaa. (Erkama & Vaarala 2010, 817) Samalla legitimaatio tarjoaa selitykset ja oikeutukset keskeisille institutionaalisille käytännöille ja legitimaation avulla oikeutetaan institutionaaliset järjestykset tarjoamalla käytännön välttämättömyyksille normatiivinen perusta. (Berger & Luckmann 1966, 111) Tässä tutkimuksessa legitimaatiota käsitellään diskursiivisen legitimaation kautta, jolloin legitimizeerilla tarkoitetaan jonkin asian diskursiivisesti luotua hyväksyntää jossain tietyssä diskurssissa tai diskurssijärjestyksessä. (Vaara ym. 2006, 8) Legitimaatioprosessista käytetään tässä tekstissä termiä legitimointi ja tilasta tai statuksesta termejä legitimaatio ja legitimizeetti. Delegitimaatio-termillä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa legitimaation diskursiivista murtumista tai legitimaation häviämistä. Kotimaisten kielten keskuksen mukaan delegitimaatio-termille ei ole mitään vakiintunutta suomennosta.

### **2.3.5 Diskursiivinen legitimaatio**

Diskursiivisen legitimaation yhteydessä legitimizeerilla tarkoitetaan siis diskursiivisesti luotua hyväksyntää jossain tietyssä diskurssissa tai diskurssijärjestyksessä. Oleellista tässä tavassa käsittää legitimaatio on, että diskurssi ja sen ominaisuudet määrittävät sitä, mitä voidaan pitää legitimiinä tai delegitiiminä (Vaara ym. 2006, 8), ja eri diskursseilla voidaan rakentaa tietoisesti tai tiedostamatta erilaisia legitimaatioita sosiaalisille käytännöille (van Leeuwen, 2007). Tällöin huomio voidaan siirtää saavutetusta legitimizeerista legitimaatioprosessiin, tutkimalla siihen käytettäviä diskursiivisia käytäntöjä ja strategioita. (Vaara ym. 2006, 8)

Tässä tutkimuksessa diskursiivisen legitimaation tutkimiseen sovelletaan Van Leeuwenin (2007) kehittämiä legitimaation argumentaatiostrategioita. Nämä strategiat on kehitetty alun perin kuvaamaan, miten jokin toimija voi itse omilla toimillaan edesauttaa legitimaation syntyä. Niillä viitataan siis jonkin toimijan aseman, tavan tai asian edistämiseen tai vastustamiseen käytettyihin ennalta mietittyihin järjestelmällisiin toimintatapoihin, joilla pyritään saavuttamaan toimien kohteelle legitimaatiota tai delegitimaatiota. Van Leeuwenin (2007) neljä retorista argumentaatiostrategiaa ovat:

1. Auktorisointi: legitimointi tapahtuu jonkin tradition, tavan, lain tai ihmisen auktoriteettiin vedoten. Tämä auktoriteetti voi olla esimerkiksi opettaja, asiantuntija tai jokin persoonaton tekijä kuten laki tai traditio. Perusteluksi kysymykseen ”Miksi?” riittää tällöin vastaus ”Koska auktoriteetti sanoo niin”. (van Leeuwen & Wodak 1999)
2. Moraalinen perustelu: legitimointi tapahtuu viittaamalla suoraan tai epäsuorasti johonkin tiettyyn arvojärjestelmään. Tällaisia voivat olla esimerkiksi lääketiede, taloustiede tai julkinen etu. (van Leeuwen & Wodak 1999)
3. Rationalisointi: legitimointi tapahtuu viittaamalla vakiintuneisiin sosiaalisiin käytäntöihin ja niiden hyötyihin sekä yhteiskunnan kokemuksiin niiden oikeellisuudesta. (van Leeuwen & Wodak 1999) Rationaalinen legitimointi sisältää siis paljon samoja tekijöitä kuin moraalisin perustein tehty legitimointi.
4. Myyttien ja tarinoiden luonti: legitimointi tapahtuu tarinoiden kautta, joissa legitimoiduista teoista palkitaan ja delegitimoiduista teoista rankaistaan. (van Leeuwen & Wodak 1999) Nämä tarinat tarjoavat siis esimerkkejä sekä hyväksyttävistä ja ”oikeista” että ei-hyväksyttävistä ja ”vääristä” toimintatavoista, joiden kautta saadaan perustelut legitimoinnille ja delegitimoinnille.

Tässä työssä ei ole kuitenkaan tarkoituksena tutkia millä diskursiivisilla keinoilla ja argumentaatiostrategioilla organisaatiot itse rakentavat legitimizeettään vaan sitä, miten ne saavat ja menettävät legitimizeettinsä ulkopuolisten tekstien perusteella. Tätä varten van Leeuwenin argumentaatiostrategioista on sovellettu diskursiivisen legitimaation peruspilarit, joiden perusteella organisaation ulkopuolelta tulevan diskursiivisen legitimaation on ajateltu rakentuvan. Tämä legitimaation argumentaatiostrategioista sovellettu diskursiivisen legitimaation rakentumistapa esitellään myöhemmin menetelmät osiossa. Yrityksen ulkopuolelta tuleva legitimaatio eroaa oleellisesti sen sisältä tulevasta legitimaatiosta siinä, että sisältävä tuleva legitimaatio on strategisten päätösten tulosta, kun taas ulkopuolelta tulevaa legitimaatiota ohjaavat enemmänkin yhteiskunnalliset tekijät ja yrityksen toimien vaikutukset sen ympäristöön.



### 3. Menetelmät

Tutkimus on tehty empiirisesti ja sen aineisto on kerätty Kauppalehden internetsivujen uutisarkistosta hakusanalla ”Talvivaara”. Aineisto on rajattu sisältämään kaikki uutisarkiston laajan haun sisältämät Talvivaara-uutiset, pois lukien Kauppalehden liitteet, aikavälillä 1.1.2003–20.4.2016. Tällä aikavälillä uutisarkistosta löytyy 494 Talvivaara-aiheista uutista. Näistä 494 uutisesta olen valikoinut tutkimusaineistooni ne uutiset, jotka käsittelevät Talvivaaran osaketta ja Talvivaaraan sijoittamisen houkuttelevuutta. Tutkimusaineistoon sisällyttämisen kriteereinä olen käyttänyt sanallista kuvausta sijoittamisen houkuttelevuudesta, osto- tai myyntisuosituksesta, osakkeen tilanteesta tai jonkin toimijan halukkuudesta sijoittaa Talvivaaraan. Lisäksi tutkimusaineiston rinnalle on kerätty tukiaineisto niistä 2 uutisesta, jotka liittyvät tutkimukseen mutta eivät täytä tutkimusaineiston valintakriteereitä. Näitä tukiaineiston uutisia käytetään apuna analyysin teossa taustoittamiseen ja tiettyjen diskursiivisten muutosten esiintuomiseen. Itse analyysin kohteeksi ja tekstin esimerkkiuutisiksi olen valinnut uutisia, joissa Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden diskursiivinen legitimointi tulee parhaiten esiin. Kaikkia uutisarkiston 494 uutista ei olisi ollut mielekästä analysoida tässä yhteydessä tutkimuksen laajuusrajoitteiden takia eivätkä ne kaikki myöskään olisi olleet relevantteja tutkimuskysymyksen kannalta. Uskon, että tutkimusaineistoni sisältämät uutiset ja niiden määrä edustavat kuitenkin kattavasti koko aineistoa siten, että niiden pohjalta on järkevää ja mahdollista tehdä yleistyksiä Kauppalehden tavoista uutisoida eri aikoina Talvivaaran sijoitushoukuttelevuudesta. Kriittiselle diskurssianalyysille ominaisesti tutkimuksen teko oli luonteeltaan hyvin edestakaista liikettä oman tekstin, teorian ja empiirisen datan välillä (Wodak 2004, 200).

#### 3.1 Legitimitietin mittaus

Itse diskursiivista legitimitettä ja sen muutoksia mitattiin sijoitushoukuttelevuussuosituksilla edellä mainituissa aineistoteksteissä. Sijoitushoukuttelevuuden kuvaaminen on jaettu analyysiä varten neljään kategoriaan:

1. Potentiaalinen
2. Hyvä
3. Huono
4. Erittäin huono.

Potentiaalista ja hyvää sijoitushoukuttelevuutta on käytetty Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden legitimointiin ja huonoa ja erittäin huonoa sijoitushoukuttelevuutta delegitimointiin.

Potentiaalisella sijoitushoukuttelevuudella tarkoitetaan uutisia, joissa Talvivaaran menestymismahdollisuudet nähdään tulevaisuudessa hyvinä. Kaivoksen toimintaedellytyksille ei nähdä uhkakuvia ja sen odotetaan kasvavan suureksi ja vakaaksi taloudelliseksi menestyjäksi. Talvivaara esitetään tämän kategorian uutisissa paljon mahdollisuuksia sisältävänä sijoituskohteena, johon sijoittaminen tuottaa hyvin todennäköisesti tulevaisuudessa taloudellista voittoa. Osakkeen legitimizeetti on kasvussa ja yritykseen sijoittamista suositellaan.

Hyvän sijoitushoukuttelevuuden kategoriaan on sijoitettu uutiset, joissa Talvivaara esitetään nykyhetken varmana sijoituskohteena. Yrityksen toiminnalla ei kerrota olevan merkittäviä uhkia ja sen taloudellinen tilanne on vakaa. Yritykseen on järkevää sijoittaa ja siihen sijoitettujen varojen uskotaan tuottavan varmasti voittoa. Yrityksen ja sen osakkeen legitimizeetti on vahva.

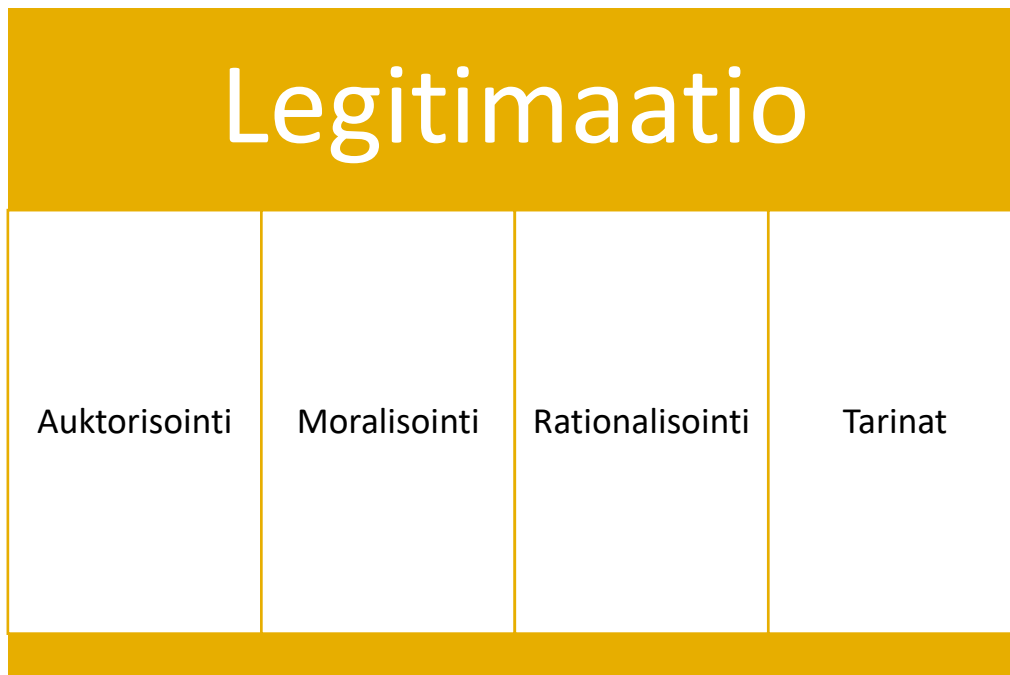
Huonon sijoitushoukuttelevuuden kategoria sisältää uutiset, joissa Talvivaaraan osaketta pidetään riskialttiina sijoituksena. Osake saa tämän kategorian teksteissä enimmäkseen myyntisuosituksia, ja yrityksen tulevaisuuden näkymiä pidetään huonoina. Ongelmat tuotantoprosesseissa ja rahoituksessa ovat johtaneet legitimizeetin laskuun.

Erittäin huonon sijoitushoukuttelevuuden alle on kerätty uutiset, joissa Talvivaara on menettänyt kaiken legitimizeettinsä sijoitushoukuttelevuuden kannalta. Yritystä ei suositella edes riskisijoittajille, ja osake saa pelkkiä myyntisuosituksia.

Sijoitushoukuttelevuussuosituksset toimivat tässä tutkimuksessa siis legitimizeetin mittarina. Mitä paremmaksi sijoitushoukuttelevuus kuvataan, sitä legitimiimpänä yritystä voidaan pitää sijoittajien kannalta.

### 3.2 Legitimointitapojen analysointi

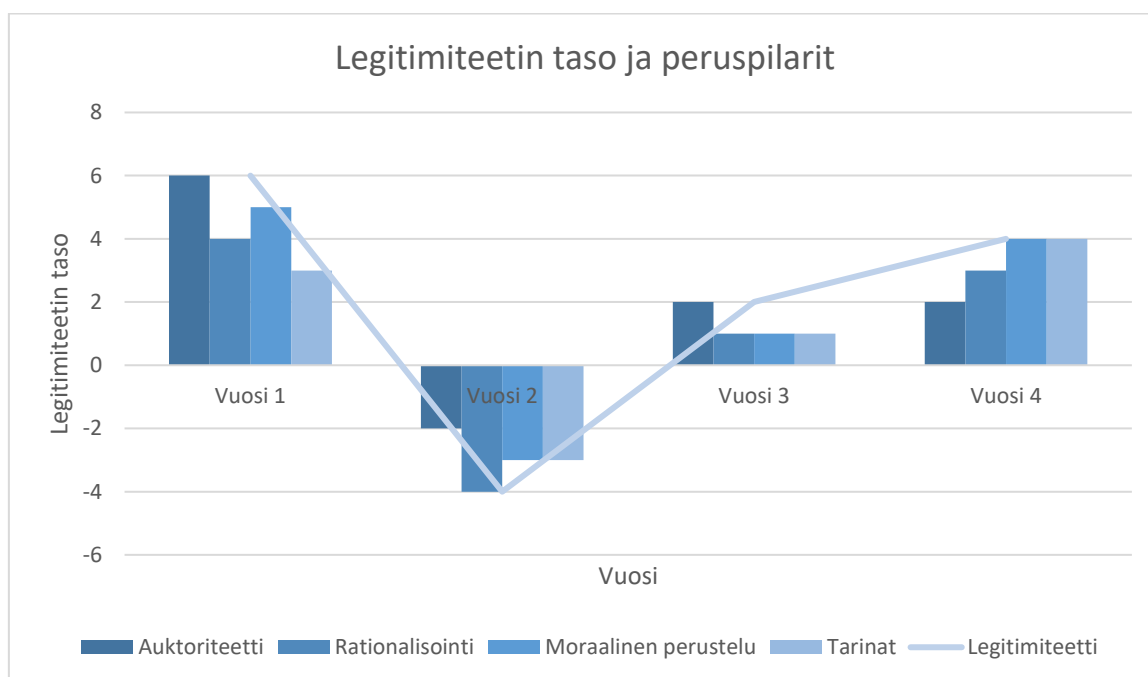
Edellä mainittuja sijoitushoukuttelevuuden eri tasoja on legitimoitu Kauppalehdessä eri tavoin eri aikoina. Analysoidakseni näitä eri tapoja ja niiden taustalla vaikuttavia diskursseja, sovelsin van Leeuwenin (2007) kehittämistä legitimaation retorisisista argumentaatiostrategioista ulkopuolisen legitimaation neljä peruspilaria. Nämä peruspilarit ovat auktorisointi-, moralisointi-, rationalisointi- ja tarinapilari.



**Kuva 2 Diskursiivisen legitimaation peruspilarit**

Näitä tekijöitä ei siis käsitetä tässä tutkimuksessa tietoisien ja ennalta harkitun legitimaatiostrategian luontikeinoina vaan mediateksteissä syntyvän diskursiivisen legitimaation rakennuspilareina. Tämän organisaatioiden ulkopuolelta tulevan diskursiivisen legitimaation ja delegitimaation ei välttämättä tarvitse olla minkään kolmannen osapuolen ennalta harkitun strategian tulosta. Sen sijaan se voi olla tiedostamatta tai tarkoituksetta yksittäisissä teksteissä asioiden esittämiseen ja perusteluun toistuvasti käytettyiden legitimointikeinojen perusteella syntyneiden tekstienvälisten kokonaisuuksien

ja diskurssien tulosta. Näitä van Leeuwenin määritelmiä mukailevia tekijöitä ei siis käsitetä tässä työssä niinkään van Leeuwenin tarkoittamina harkittuina strategioina vaan ennemminkin diskursiivisen legitimoinnin tärkeimpinä rakennuspilareina, joihin vetoamalla mediatekstit perustelevat asiasisältöjään sekä vahvistavat ja heikentävät kohteensa legitimaatiota. Tämä diskursiivinen legitimointi voi tapahtua joko yhteen pilariin tai niiden jonkinlaiseen yhdistelmään perustuen, ja samoja keinoja voidaan käyttää myös delegitimointiin.



**Kuva 3 Legitimiteetin rakentuminen**

Tiedostetun ja tiedostamattoman legitimoinnin lisäksi keinot voivat olla selkeästi esillä ja niihin saatetaan viitata suoraan tai ne voivat olla epäsuorasti ja vihjailevasti tekstiin upotettuja, aivan kuten van Leeuwenin (2007) strategioissakin. Näiden edellä mainittujen tekstienvälisten kokonaisuuksien taustalla vaikuttavien monipuolisten tekijöiden tutkiminen ja määrittely auttavat ymmärtämään diskursiivisen legitimaation rakentumista. Lisäksi tutkimalla asiaa mediakontekstissa tutkimustulokseni kasvattavat ymmärrystä sen suhteen, mikä on median rooli organisaatioiden diskursiivisen legitimaation rakentumisessa.

#### 4. Case-kuvaus

Tämän tutkimuksen case-yrityksinä, joiden kautta organisaatioiden diskursiivista legitimaatiota tutkitaan, toimivat Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj ja Kauppalehti. Talvivaaran aloittaessa operatiivista toimintaansa vuonna 2008 Suomi oli ajautunut taantumaan. Maailmanlaajuinen finanssikriisi ravisteli rahoitusmarkkinoita ja Suomen valtion talouden kivijalkana pitkään toiminut Nokia oli alkanut osoittaa ensimmäisiä pieniä hiipumisen merkkejä. Talvivaaran Kaivososakeyhtiöstä ja sen operoimasta Talvivaaran kaivoksesta odotettiin käänteentekevää toimijaa tähän kehitykseen.

Yritys oli kehittänyt innovatiivisen bioliuotus-nimisen kaivosprosessin, jonka avulla Sotkamon alueella sijaitsevasta monimetalliesiintymästä oli tarkoitus alkaa liuottaa nikkeliä. Tämä monimetalliesiintymä on yksi Euroopan suurimmista nikkelivarainnoista mutta taloudellisen toiminnan kannalta esiintymän ongelma oli aina ollut sen alhainen metallipitoisuus. Innovatiivisen bioliuotusprosessin yksi etu aikaisempiin kaivosprosesseihin verrattuna on sen halvat operointikustannukset. Tämä mahdollistaa kannattavan kaivostoiminnan myös sellaisilla esiintymillä, joissa metallipitoisuus on alhainen. Lisäksi menetelmä on teoriassa huomattavasti ympäristöystävällisempi kuin muut kaivosprosessit, koska bioliuotuksessa metallien liuotus malmista tapahtuu alueella luonnostaan esiintyvien bakteerien avulla.

Uuden kaivosprosessin oletettiin sopivan Talvivaaraan täydellisesti ja sen avulla oli tarkoitus tehdä Talvivaarasta Suomen seuraava kansainvälinen suuryritys. Lisäksi Talvivaaran esiintymän suuren koon vuoksi kaivoksen odotettiin tuovan suurtyöttömyyden vaivaamalle Kainuun alueelle vähintään satoja uusia työpaikkoja ja koko valtion talouteenkin heijastuvaa suurta talouskasvua. Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj oli listautunut vuonna 2007 Lontoon pörssiin ja vuonna 2009 Helsingin pörssiin. Onnistuneiden bioliuotuskokeiluiden jälkeen kaivoksen menestykselle ei nähty uhkakuvia ja sen odotettiin nousevan Nokian tilalle valtion talouden uudeksi johtotähdeksi. Yritys sai Kauppalehden sijoitussuositus uutisissa ainoastaan hyvän sijoituskohteen arvioita ja osake pelkkiä ostosuosituksia. Osaketta pidettiin takuuarmana sijoituskohteena, johon jokaisen suomalaisen sijoittajan kannattaisi sijoittaa.

Talvivaaraa koskevaa uutisointia hallitsi talouslähtöinen diskurssi, koska kaikki kaivoksen potentiaaliset hyödyt olivat talouteen liittyviä. Yritykseen virtasi rahaa ja Suomen valtiokin osallistui kaivoksen rahoitukseen usealla kymmenellä miljoonalla eurolla. Kaivoksen riskeistä ei käyty juurikaan keskustelua, koska sen mahdollisuudet nähtiin niin suurina. Yleinen mielipide kaivosta kohtaan olikin todella positiivinen eikä negatiivisia puolia juuri nähty. Vuonna 2012 kaivoksella sattui kuitenkin onnettomuus, jonka seurauksena luontoon pääsi satoja tuhansia kuutioita prosessoimatonta jätevettä ennen kuin onnettomuuden aiheuttama vuoto saatiin korjattua. Tämän onnettomuuden ja huhtikuussa 2013 sattuneen toisen samanlaisen onnettomuuden seurauksena yleinen mielipide kääntyi Talvivaaran vastaiseksi. Kauppalehden uutisointiin tuli mukaan ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi, joka alkoi tuoda esiin aikaisemmin Kauppalehdessä siivutettuja riskejä ja uhkia liittyen kaivoksen toimintaan sekä onnettomuuksien luonnolle aiheuttamia haittoja.

Onnettomuuksien aiheuttamien ympäristöhaittojen siivoaminen ja kaivoksen rikkoutuneiden tuotantoprosessien korjaaminen pysäyttivät kaivoksen tuotannon useaksi kuukaudeksi ja hidastivat näin kaivoksen tuotannon ylös ajoa. Yrityksen taloudellinen tilanne alkoi huonontua. Tämän kehityksen seurauksena myös Talvivaaraa koskevat kirjoitukset muuttuivat hyvin negatiivisiksi ja kaivoksen riskejä esiintuova ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi alkoi saada yhä enemmän näkyvyyttä. Huonon taloudellisen menestyksen ja heikkojen tulevaisuuden näkymien seurauksena Kauppalehden sijoitussuosituksiset muuttuivat pelkiksi Talvivaaran osakkeen myyntisuosituksiksi. Bioliotusprosessia ei myöskään saatu toimimaan suuressa mittakaavassa yhtä tehokkaasti kuin se oli toiminut koeliotuksissa ja Talvivaara ajautui rahoitusvaikeuksiin. Vuonna 2014 yritys hakeutui konkurssiin ja vuonna 2015 Suomen valtion omistama Terrafame Oy osti Talvivaara Sotkamo Oy:n konkurssipesältä Talvivaara Sotkamo Oy:n liiketoiminnan ja omaisuuserät. Suomen talouden kärkihankkeesta oli tullut huonon yritys- ja ympäristövastuun esimerkkitapaus ja valtion yritykseen sijoittamien satojen miljoonien eurojen lasku jäi veronmaksajien maksettavaksi.

#### **4.1 Talvivaaran ongelmat**

Talvivaaran kaivostoiminta alkoi lokakuussa 2008. Seuraavan vuoden syksyllä paikalliset asukkaat alkoivat valittaa kaivoksen aiheuttamista hajuhaitoista. Loppusyksystä 2011 lähijärvien vesien kerrottiin aiheuttaneen lapsille iho-oireita nousseiden suola- ja sulfaattipitoisuuksien takia. Maaliskuussa 2012 Talvivaaran kaivostyömaalla menehtyi onnettomuudessa työntekijä hänen käveltyä rikkivetypilveen. (Yle 12.3.2015) Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukesin mukaan onnettomuus johtui Talvivaaran metallien erotuslaitoksen puutteellisesta suunnittelusta ja turvallisuushallinnasta (Onnettomuustutkintaraportti DNRO 2007/06/2012). Saman vuoden marraskuussa yhdessä kaivoksen kipsisakka-altaassa, joita käytetään jätepatoina ja tehtaan tuotannosta tulevien metallipitoisten vesien ja sakan varastointipaikkoina, havaittiin vuoto, josta pääsi luontoon arviolta 400 000 kuutiota jätevettä ennen kuin se saatiin korjattua. (Yle 12.11.2012) Toinen samanlainen vuoto havaittiin myös huhtikuussa 2013 (Vihreät 15.11.2012). Suomen ympäristökeskuksen vesikeskuksen johtaja Seppo Rekolainen on sanonut näiden onnettomuuksien olleen 2000-luvun suurimmat ympäristöonnettomuudet Suomessa. (Helsingin Sanomat 9.11.2012)

Muita merkittäviä kaivoksen toiminnan ja kannattavuuden kannalta ongelmallisia tekijöitä ovat olleet muun muassa vuoden 2012 poikkeuksellisen sateinen kesä, joka aiheutti ongelmia kaivoksen vesitaseelle ja heikensi näin biokasaliuotusprosessin tehokkuutta sekä vuoden 2013 aikana tapahtunut nikkelin markkinahinnan merkittävä lasku. (Talvivaara 13.3.2015 a)

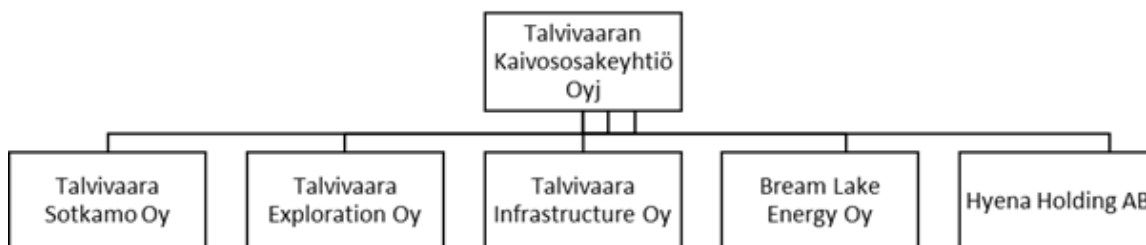
#### **4.2 Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj**

Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj perustettiin vuonna 2003. Vuonna 2004 se osti Outokumpu-konsernilta Sotkamossa sijaitsevan Talvivaaran malmiesiintymien kaivosoikeudet. Samassa kaupassa se sai Outokummulta myös käyttöoikeudet bioliuotusnimisen menetelmän koe- ja tutkimustietoihin, joita Outokumpu oli kehittänyt 80-luvun loppupuolelta lähtien. (Talvivaara 2009 b) Talvivaarassa sijaitsee kaksi esiintymää, Kuusilampi ja Kolmpisoppi. Talvivaaran Kaivososakeyhtiöllä oli näihin esiintymiin vuoden 2004 helmikuusta asti louhintaoikeudet. Kaivoksen operatiivinen toiminta alkoi lokakuussa 2008 ja varsinainen kaupallinen kaivostoiminta vuoden 2009 alussa. (Talvivaara 2009 c)

Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj:n toimitusjohtajana toimi lähes koko sen olemassaoloajan yhtiön perustaja Pekka Perä, pois lukien ajanjakson vuoden 2012 huhtikuun lopusta saman vuoden marraskuun puoleen väliin, jolloin toimitusjohtajana toimi Harri Natunen.

Talvivaaran toimialana on ollut harjoittaa malmien etsintää, hyödyntämistä, kaivamista ja muuta kaivostoimintaa sekä kaivosten ostoa ja myyntiä (Patentti- ja rekisterihallitus 2016). Päätoimintana on ollut kehittää sen kaivostoimintoja ja hyödyntää Sotkamon alueella sijaitsevia monimetalliesiintymiä biokasaliuotus nimistä teknologiaa hyväksikäyttämällä. (Talvivaara 2009 c) Biokasaliuotuksessa metallit irrotetaan malmista sulfidimalmeissa luonnostaan esiintyvien bakteereiden avulla. Kaupalliseen tarkoitukseen käytettävässä biokasaliuotusteknologiassa tätä prosessia kiihdytetään vain normaalia nopeammaksi ja tehokkaammaksi. Talvivaaran biokasaliuotusprosessissa käyttämiä rikkiä ja rautaa hapettavia bakteereja kasvaa luonnostaan malmissa ja ne ovat alueen kotoperäisiä mikrobeja. (Talvivaara 2009 d) Talvivaaran kaivokset, Kolmisoppi ja Kuusilampi, muodostavat yhden Euroopan suurimmista sulfidisen nikkelin varainnoista ja niiden arvioidut mineraalivarannot ovat yhteensä noin 1 121 miljoonaa tonnia. Esiintymien vuosittainen nikkeliintuotantomäärä on arvioitu olevan noin 50 000 tonnia ja varantojen riittävän useammaksi kymmeneksi vuodeksi. Varsinaisen toiminnan lisäksi esiintymien odotettiin tuottavan vuosittain noin 90 000 tonnia sinkkiä, 15 000 tonnia kuparia ja 1 800 tonnia kobolttia. (Talvivaara 2009 c)

Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj oli osa Talvivaara-konsernia, jonka rakenne oli seuraava:



**Kuva 4 Talvivaaran konsernirakenne (Talvivaara 2009 c)**

Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj toimi siis Talvivaara-konsernin emoyhtiönä. Konsernin tärkein ja suurin omaisuuserä oli Sotkamossa sijaitseva Talvivaaran kaivos. Kaivosta



operoitiin Talvivaara Sotkamo Oy:n kautta. Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj ei siis itse harjoittanut varsinaista kaivostoimintaa vaan toimi ainoastaan Talvivaara-konsernin hallinnollisena emoyhtiönä. Talvivaara Sotkamo Oy:n konkurssin seurauksena konsernirakenne kuitenkin purettiin. (Talvivaara 13.3.2015 a)

Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj ja Talvivaara Sotkamo Oy jättivät loppuvuodesta 2013 Espoon käräjäoikeudelle hakemukset yrityssaneerausmenettelyjen aloittamiseksi. Vuoden 2014 lopussa Talvivaara Sotkamo Oy joutui hakeutumaan rahoituspuutteen takia konkurssiin. Talvivaara Sotkamo Oy:n konkurssin seurauksena Talvivaaran esiintymiä koskevan kaivoskirjan ja kaivosoikeuksien omistukset siirtyivät Talvivaara Sotkamo Oy:n konkurssipesälle. Hyena Holdin AB:n osakkeet myytiin S-Bolagbörsen AB:lle ja Talvivaara Exploration Oy, Talvivaara Infrastructure Oy sekä Bream Lake Energy Oy asetettiin vuoden 2014 lopussa selvitystilamenettelyyn. (Talvivaara 13.3.2015 a) Elokuussa 2015 Suomen valtion omistama erityssijoitusyhtiö Terrafame Oy osti Talvivaara Sotkamo Oy:n konkurssipesältä Talvivaara Sotkamo Oy:n liiketoiminnan ja omaisuuserät.

#### **4.3 Kauppalehti**

Kauppalehti on Suomen johtava talouslehti, joka ilmestyy viisi kertaa viikossa tavoittaen joka numerollaan keskimäärin 136 000 lukijaa. Lisäksi Kauppalehden nettisivuilla käy viikoittain noin 600 000 lukijaa ja mobiilissa 430 000 lukijaa. (Alma Media 2016). Johtavan asemansa ja laajan levikkinsä vuoksi Kauppalehteä voidaan pitää erittäin merkittävänä talousalantiedonvälittäjänä Suomessa.

### **5. Tulokset**

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia diskursiivista legitimointia ja erityisesti sitä, miten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi vaikuttaa pörssiyritysten legitimizeettiin. Näitä asioita on tutkittu analysoimalla Kauppalehden tapoja uutisoida Talvivaaran sijoitushoukuttelevuudesta. Tästä uutisoinnista tunnistin kaksi kilpailevaa diskurssia, joiden ”arvoihin” perustuen tutkimani yrityksen sijoitushoukuttelevuutta legitimoidaan ja delegitimoidaan. Nämä kilpailevat diskurssit, jotka tunnistin aineistostani ovat:

1. Talousdiskurssi
2. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi

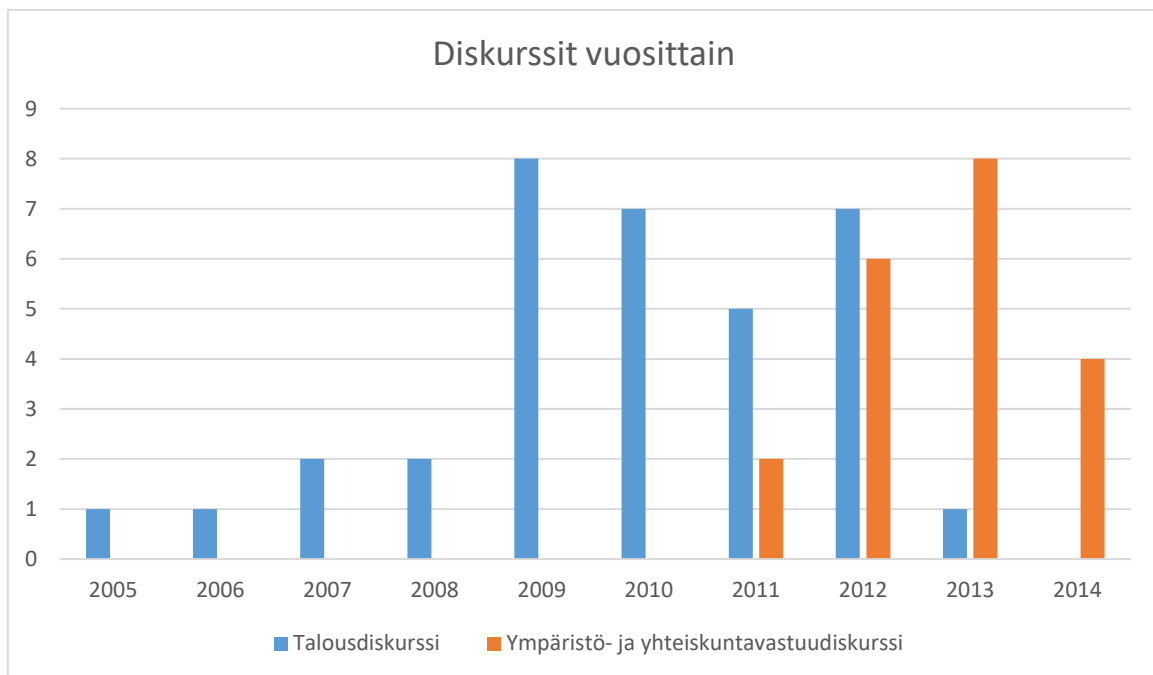
Diskurssien tunnistaminen on tärkeä aloituspiste diskursiivisen legitimaation tutkimiselle, koska diskurssianalyysin kannalta katsottuna diskurssit luovat legitimaation pohjan ja eri diskurssien tunnistaminen auttaa ymmärtämään diskurssijärjestyksiä sekä niiden välisiä suhteita (Fairclough, 2003) ja ideologisia taustoja (Van Dijk, 1998).

Talousdiskurssi pohjaa vahvasti kapitalistisiin arvoihin ja legitimoi väittämiään yritystoiminnan tuloksena yritykselle eli osakkeenomistajille osinkoina ja yhteiskunnalle työllisyyden ja valtion talouden kasvun kautta syntyvien taloudellisten hyötyjen perusteella. Tämän diskurssin taustalla on hyvin perinteinen näkemys yritystoiminnasta, jonka mukaan yrityksen ainoa tehtävä on tuottaa taloudellista voittoa osakkeenomistajilleen. Tätä näkemystä perustellaan sillä, että yrityksen ollessa oikeushenkilö, eikä siis luonnollinen henkilö, sillä ei ole muita automaattisia velvoitetta kuin tämä Suomen laissakin määritelty taloudellisen voiton tuottamisen tehtävä. Yrityksen ei siis tarvitse ottaa toiminnassaan huomioon muita asioita kuin osakkeen omistajien voiton maksimointi, kunhan se ei riko lakia. Tämän diskurssin mukaisessa talousjärjestelmässä suuryritykset käyttävät toiminnassaan kehittyneitä teknologiaratkaisuja, jotka tarvitsevat runsaasti sijoituspääomaa. Tätä suurta sijoituspääoman tarvetta tyydytetään julkisella osakkeiden kaupalla. Talousdiskurssissa yritystoiminnan onnistumisen mittareina toimivat taloudelliset tuotot ja osakekurssin kehitys. Tässä diskurssissa luonnonvarat ovat yritysten kannalta olemassa taloudellista hyödyntämistä varten, työntekijät nähdään tuotantoresursseina ja yhteiskunnan toimintaa mitataan vahvasti taloudellisen kasvun kautta. Talousdiskurssissa yritysten ympäristö- ja yhteiskuntavastuu jää huomattavasti pienempään rooliin kuin talousasiat, koska sen ainoat vastuut katsotaan olevan siihen varallisuuttaan sijoittaneiden osakkeenomistajien suuntaan.

Yritysten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin ideologisen lähtökohtana on ympäristön kestävä kulutus ja yhteiskunta-asioiden laaja huomiointi yritystoiminnan osana. Tämän ajattelutavan mukaan yritykset eivät voi toimia ainoastaan voiton maksimointityhjiössä vaan niiden on otettava toiminnassaan myös muita vastuita huomioon.

Tätä perustellaan sillä, että yritysten toimet vaikuttavat paljon laajemmalle sen ympäristöön ja sidosryhmiin kuin ainoastaan osakkeiden omistajien taloudelliseen tilaan. Ympäristön osalta tämä perustuu näkemykselle, jonka mukaan millään toimijalla maailmassa ei voi olla oikeutta tuhota toiminnallaan maapallon ainutlaatuista luontoa. Luonto ei siis ole yritysten näkökulmasta ainoastaan ”raaka-ainevarasto”, jota voidaan mielivaltaisesti hyödyntää ja tuhota taloudellisen voiton tavoittelun nimissä. Sen sijaan luonnonvarojen käyttö on oltava kestävä ja ympäristöasiat huomioon ottavaa. Yhteiskuntavastuun osalta tämä diskurssi puolestaan painottaa tässä yhteydessä muun muassa valtion verovarojen vastuullista sijoittamista ja sijoitusten vastuullista käyttöä sekä institutionaalisten sijoittajien vastuita esimerkiksi sijoitusten eettisyyteen liittyen. Yritysten ympäristö- ja yhteiskuntavastuu on noussut viime vuosina taloudellisten tekijöiden rinnalle hyvin olennaiseksi osaksi yritysten menestystä. Varsinkin Talvivaaran tapaiset teollisuuden jättihankkeet ovat usein jatkuvan suurennuslasin alla muun muassa lähialueen asukkaiden, luonnonsuojelijoiden, median ja yritystoiminnan vaikutuksia tutkivien kansalaisjärjestöjen toimesta.

Talousdiskurssiin perustuvia ja sen dominoimia uutisia oli aineistossani yhteensä 34 kappaletta ja ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin perustuvia uutisia 20 kappaletta. Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta käsiteltiin Kauppalehden uutisoinnissa siis pääasiassa talousdiskurssin avulla. Tämä on siinä mielessä ymmärrettävää, että Kauppalehti on talouslehti, jolloin yleinen tulokulma asioihin on yleensä talouslähtöinen.



**Kuva 5 Sijoitushoukuttelevuusuutisten diskurssi vuosittain**

Näistä kahdesta diskurssista enemmän palstatilaa aineistossani saa siis talousdiskurssi. Yrityksen elinkaaren loppua kohden myös yritysten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi alkaa kuitenkin saada ääntään kuuluviin. Suurelta osinhan Talvivaaran tapauksessa on kyse juuri potentiaalisten taloudellisten hyötyjen ja ympäristölle aiheutettujen haittojen suhteesta. Kaivoksen vastustajat ja epäilijät ovat pyrkineet korostamaan Talvivaara-keskustelussa yrityksen laajempaa vastuuta suhteessa sen sidosryhmiin ja ympäristöön ja luoneet näin ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin. Yrityksen omistajat, johto ja puolestapuhujat taas ovat keskittyneet omissa argumenteissaan enemmän kaivoksen taloudelliseen potentiaaliin ja työllistävään vaikutukseen ja luoneet näin keskusteluun talousdiskurssin.

Talousdiskurssia on käytetty lähinnä Talvivaaran legitimointiin, koska kaivoksen potentiaaliset hyödyt liittyvät taloudellisiin mittareihin. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssia puolestaan on käytetty Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden delegitimointiin, koska kaivoksen uhkat ovat suurilta osin juuri ympäristöön ja alueen lähellä toimivien ihmisten elinolosuhteisiin liittyviä. Lisäksi talousdiskurssia on käytetty myös sijoitushoukuttelevuuden delegitimointiin. Osa tällaisesta delegitimoinnista on ollut suoraan talousperusteista ja sisällytetty analyysissa talousdiskurssiin. Toinen osa taas liittyy

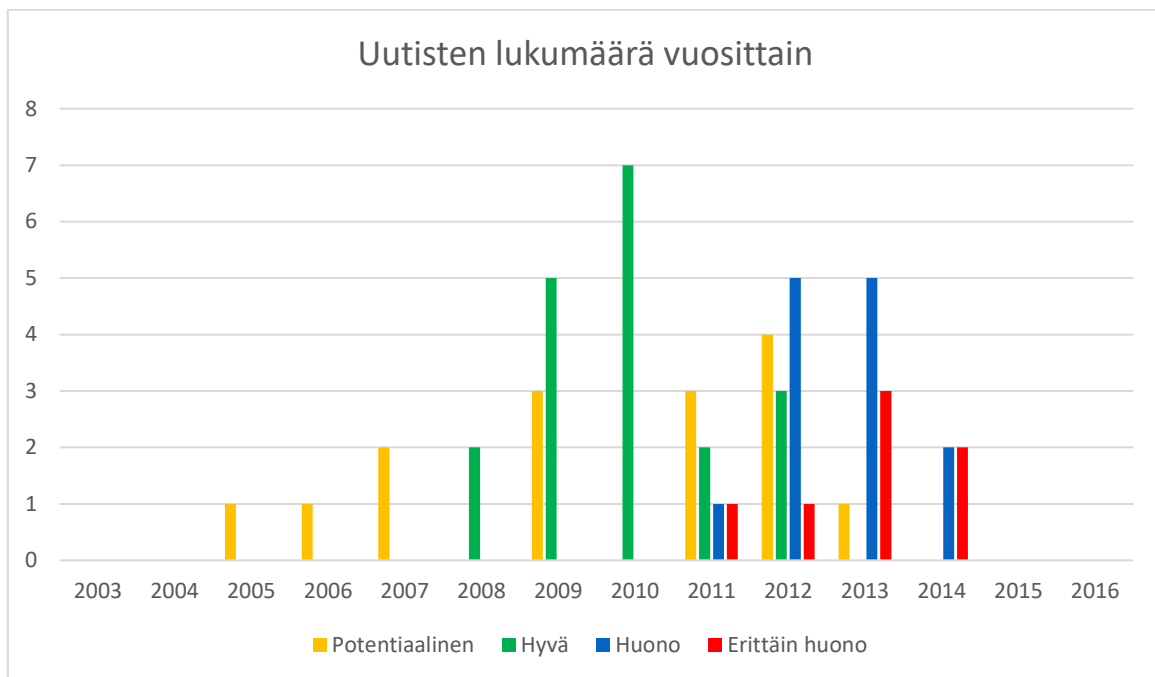
kaivoksella sattuneisiin ympäristöonnettomuuksiin ja niiden aiheuttamiin imago-ongelmiin, korjaus- ja puhdistustöihin sekä tuotantoseisokkeihin. Imago-ongelmat ovat vaikeuttaneet rahoituksen saamista, korjaus- ja puhdistustyöt kohonneita kustannuksia ja tuotantoseisokit tulonmenetyksiä, joten tällainen ympäristö- ja yhteiskuntavastuuperusteinen taloudellinen delegitimointi on tässä tutkimuksessa sisällytetty ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssiin.

### 5.1 Sijoitushoukuttelevuuden eli legitimaation muutos

Jotta saisimme selville, miten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi vaikutti Talvivaaran diskursiiviseen legitimizeettiin, siirryin seuraavaksi tutkimaan, millaisena Talvivaaran sijoitushoukuttelevuus on Kauppalehdessä esitetty. Aineistoa jäsentääkseni luokittelin uutisissa esiintyneet sijoitussuositukset asteikolle potentiaalinen – hyvä – huono – erittäin huono. Alla olevat taulukko ja grafiikka kuvaavat sijoitussuosittelun kehitystä yrityksen elinkaaren aikana.

<b>Vuosi</b>	<b>Potentiaalinen</b>	<b>Hyvä</b>	<b>Huono</b>	<b>Erittäin huono</b>
2003	0	0	0	0
2004	0	0	0	0
2005	1	0	0	0
2006	1	0	0	0
2007	2	0	0	0
2008	0	2	0	0
2009	3	5	0	0
2010	0	7	0	0
2011	3	2	1	1
2012	4	3	5	1
2013	1	0	5	3
2014	0	0	2	2
2015	0	0	0	0
2016	0	0	0	0
<b>Yht.</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>13</b>	<b>7</b>

**Taulukko 2** Talvivaaran sijoitushoukuttelevuussuositukset vuosittain Kauppalehden uutisissa vuosina 2003–2016



**Kuva 6 Talvivaara sijoitushoukuttelevuus Kauppalehden uutisoinnissa**

Kuten kuvaajasta näkyy, Talvivaaran legitimiteetti ja sitä kuvaava sijoitushoukuttelevuus muuttui hyvin järjestelmällisesti Kauppalehden uutisoinnissa potentiaalisesta hyvään, huonoon ja lopulta erittäin huonoon. Tämä oli seurausta kaivoksen tapahtumista, jotka puolestaan vaikuttivat uutisoinnin diskurssiin. Kaivoksen alkuaikoina hankkeen ympärillä oli kova *hype* ja siihen liittyvä uutisointi oli erittäin positiivista. Tämän seurauksena kaivoksen taloudellisten ja yhteiskunnallisten hyötyjen potentiaalit saivat paljon näkyvyyttä mikä johti diskursiivisen legitimiteetin kasvuun. Yrityksen varsinaisen toiminnan alkaessa vuonna 2008 kaivoksesta uutisoitiin vielä alkuaikojakin positiivisempaan sävyyn ja sijoitushoukuttelevuus esitettiin uutisissa potentiaalisen sijaan hyvänä. Vuosina 2009–2010 yrityksen diskursiivinen legitimiteetti oli huipussaan. Vuoden 2011 tienoilla alkoi Kauppalehdessä ilmestyä myös yrityksen sijoitushoukuttelevuutta delegitimoivia uutisia. Yrityksen imago ja potentiaali säilyivät silti erittäin hyvinä aina vuoteen 2012 asti ja niiden avulla yritystä legitimoitiin diskursiivisesti edelleen hyvänä sijoituskohteena. Vuonna 2012 ja sen jälkeen sijoitushoukuttelevuussuosituksot uutisissa alkoivat kääntyä huonoiksi. Lopulta vuonna 2013 kaivoksen ongelmien kasvaessa yrityksen sijoitushoukuttelevuus delegitimoitiin Kauppalehden uutisissa lähes järjestään joko huonoksi tai erittäin huonoksi. Mielenkiintoista on, että tämän uuden diskurssin seassa oli silti vielä yksi uutinen, jossa Talvivaara esitettiin edelleen potentiaalisena sijoituskohteena. Vuonna 2014 yritys sai enää

huonoja tai erittäin huonoja sijoitushoukuttelevuussuosituksia. Tässä vaiheessa kaivoksen potentiaaliset taloudelliset ja yhteiskunnalliset hyödyt eivät saaneet uutisissa enää juurikaan näkyvyyttä ja suurin osa uutisista keskittyi ainoastaan kaivoksen aiheuttamiin ympäristöhaittoihin ja näistä johtuneisiin rahoitusvaikeuksiin. Kauppalehden uutisointi Talvivaarasta on siis ollut hyvin vaihtelevaa eri aikoina ja sen luonteeseen on luonnollisesti vaikuttanut paljon itse tapahtumat kaivoksella. Faircloughin (1997) teorian mukaisesti sosiokulttuuriset käytännöt ovat muokanneet tekstejä muuttamalla diskurssikäytännön luonnetta eli tekstien tuottamisen ja kuluttamisen tapoja, mikä puolestaan on näkynyt itse tekstin ominaisuuksissa.

### **5.1.1 Potentiaalinen sijoitushoukuttelevuus**

Uutisia, joissa Talvivaaraa kuvattiin potentiaaliseksi sijoituskohteeksi, löytyi aineistosta yhteensä 15 kappaletta. Tässä vahvasti talousdiskurssiin nojaavassa tavassa uutisoida Talvivaaran sijoitushoukuttelevuudesta yritys esitetään takuuarmana tulevaisuuden menestyjänä, johon kannattaa ehdottomasti sijoittaa jo projektin alkuvaiheessa. Näissä uutisissa ei puhuta juurikaan kaivoksen riskeistä vaan keskitytään lähes ainoastaan sen mahdollisuuksiin. Kaivoksen potentiaalisuus sijoituskohteena legitimoidaan pääasiassa auktoriteettien kautta. Kaivoshankkeen alkuaikoina kaivoksen hyötyjen ja työllistävän vaikutuksen potentiaali on nähty niin suurina, että jopa valtion osallistuminen investointeihin on nähty sen hetkisen kauppa- ja teollisuusministerin toimesta järkevänä. Esimerkissä 1 kauppa- ja teollisuusministeri Mauri Pekkarinen pitää valtion Talvivaaraan sijoittamista ”selvänä” ja antaa näin julkisuuteen viestin, että hankkeella on valtion tuki takanaan.

#### **Esimerkki 1**

*”Kauppa- ja teollisuusministeri Mauri Pekkarinen pitää selvänä, että valtio on omalla panoksellaan mukana mahdollistamassa Talvivaaran kaivoshankkeen toteutumista. Sotkamon Talvivaarassa on Euroopan suurin sulfidinikkeliesiintymä.”* (Kauppalehti 6.11.2006, 1)

Myöhemmin legitimaation auktoriteettina on käytetty asiantuntijoiden eli ammattisijoittajien mielipiteitä. Esimerkissä 2 tällaisena toimii tunnettu suomalainen yksityispankki FIM, joka on erikoistunut sijoitus- ja varainhoitopalveluihin.

#### Esimerkki 2

*”-Näkemyksemme mukaan osakkeessa on paljon potentiaalia.”...” FIMin suositus Talvivaaralle on ”osta” ja tavoitehintaa kolme euroa.” (Kauppalehti 10.1.2012, 2)*

Talvivaaraa legitimoitiin potentiaalisesti sijoituskohteeksi myös rationalisoinnin avulla. Rationalisointi perustuu alueen valtaviin malmivarantoihin ja kansataloudellisiin hyötyihin muun muassa työllistämisen muodossa. Yritykseen on järkevää sijoittaa, koska se omaa paljon taloudellista potentiaalia sekä yksittäisen sijoittajan että koko Suomen valtion talouden kannalta. Kaivoshankkeen oletetaan onnistuvan erittäin todennäköisesti, koska alueen malmivarannot ovat niin mittavat. Yrityksen listautumisesta kerrottaessa tuodaan toistuvasti esiin numeraalista tietoa sen luomista työpaikoista ja malmivarantojen koosta. Kaivoksen kuvataan omaavan ”merkittävää potentiaalia”, sen kerrotaan olevan ”toteutuessaan Suomen suurin” ja alueella olevan ”Euroopan suurin sulfidinikkeliesiintymä”. Malmia kerrotaan riittävän ”ainakin 25 vuodeksi” ja tuotannon olevan mahdollisesti ”2-3 prosenttia koko maailman vuosituotannosta”.

#### Esimerkki 3

*”Varman sijoitusjohtajan Mikko Koivusalon mukaan kaivos on yhtiölle kotimainen sijoituskohde, jossa on merkittävää potentiaalia.” ...”Talvivaara on Euroopan suurin nikkeliyesiintymä, ja toteutuessaan se olisi Suomen suurin kaivoshanke. Kaivoksen vuosituotanto olisi 30 000 tonnia nikkeliä eli 2-3 prosenttia koko maailman vuosituotannosta, ja malmia riittäisi ainakin 25 vuodeksi. Nikkeliä arvioidaan olevan miljoona tonnia ja kuparia lähes 500 000 tonnia. Kaivosinvestoinnin hinnaksi on arvioitu 350 miljoonaa euroa. Kaivos toisi Kainuuseen 400-500 työpaikkaa.” (Kauppalehti 2.12.2005, 3)*



Kerrottaessa yrityksen listautumisesta Lontoon pörssiin tuodaan esiin paljon numeraalista tietoa kaivoksen taloudellisista potentiaaleista. Tässä vaiheessa uutisissa ei ole juurikaan mainintoja kaivoksen mahdollisista riskeistä. Uutisointi keskittyy hyvin vahvasti kaivoksen taloudellisiin menestysmahdollisuuksiin ja luo näin kuvaa paljon positiivista potentiaalia sisältävästä sijoitusmahdollisuudesta. Esimerkiksi esimerkin 4 uutisessa on pitkät kuvaukset kaivoksen taloudellisesta potentiaalista ja vasta viimeisessä lauseessa pieni maininta ympäristöluvasta, jonka hinnasta voidaan päätellä, että hankkeeseen sisältyy myös suuri ympäristöriski. Tätä ei kuitenkaan avata ympäristöluvan hintaa enempää.

#### Esimerkki 4

*”Sotkamon jättimäistä nikkeli esiintymää hyödyntävä Talvivaara Kaivososakeyhtiö listautuu Lontoon pörssin päälistalle. Yhtiö aikoo kerätä osakeannilla vähintään 200 miljoonaa euroa kaivoksen toteuttamiseen.*

*Yhtiö on tehnyt lisäksi lähes 240 miljoonan lainasopimuksen brittiläisen Standard Bankin, ranskalaisen Société Généralin ja Nordean kanssa.*

*Kaivoksen rakentamisen on laskettu maksavan 500 miljoonaa euroa.*

*Laitoksen pitäisi olla toiminnassa vuonna 2009. Malmion arvoksi on laskettu 7-8 miljardia euroa. Nyt tunnetuilla malmivaroilla kaivoksen ikä olisi 25 vuotta, mutta alueelta uskotaan löytyvän lisää nikkeliä ja muita malmeja.*

*Talvivaara kertoo tehneensä Norilsk Nickelin kanssa 10 vuoden sopimuksen, jonka mukaan venäläisyhtiö ostaa koko Talvivaaran nikkeli- ja kobolttituotannon. Norilsk Nickel jalostaisi Talvivaaran tuotannon Harjavallan-tehtaallaan.*

#### **Koossa 650 miljoonan potti**

*Suomalaisyhtiö on nyt kerännyt hankkeen toteuttamiseen 650 miljoonan euron rahoituspaketin. Listautumisannin ja lainan ohella paketti koostuu aiemmin tehdystä 33 miljoonan euron suunnatusta annista sekä siihen liittyvästä 60 miljoonan euron lainapaketista.*

*Suomen valtio on lisäksi luvannut ehdollisen 55 miljoonan euron rahoitustuen.*

*- Tällä 150 miljoonan euron yllirahoituksella varmistetaan käyttöpääoman riittävyys, sanoo toimitusjohtaja **Pekka Perä**.*

*Lontoon listautumisessa suomalaisyhtiön pääneuvonantajana on amerikkalainen investointipankki JPMorgan.*

*Koska antia suunnataan erityisesti Pohjoismaiden markkinoille, on annin toisena järjestelijäpankkina Nordea.*

***Ympäristöluvassa 10 miljoonan vakuus***

*Talvivaarassa Kuusilammen ja Kolmisopen alueella 25 kilometriä Sotkamosta lounaaseen ja 35 kilometriä Kajaanista kaakkoon sijoittuvaa kaivosta rakennetaan täyttä päätä ja muun muassa raivaustyöt on tehty.*

*Kaivoksen tehdasalueen asemakaavan pinta-ala on 285 hehtaaria. Tilaa tarvitaan avolouhosten ohella valtaville malmien liuotuskasoille ja sivukiville. Rakentamisvaiheessa kaivoksen arvioidaan antavan työtä jopa 600 hengelle. Toiminnassa kaivoksen uskotaan työllistävän 400-500 henkeä. Välillisiä työpaikkoja se synnyttäisi 1 500.*

*Sotkamon ja Kainuun palveluelinkeinoille kaivos antaisi tuntuvan lisäruiskeen. Yhtiö on hakenut rakennuslupaa muun muassa rikastamon, paloaseman, korjaamon ja toimiston rakentamiselle.*

*Kaivoksen vaatimien teiden ja rautatien pohjatyöt ovat jo käynnissä. Kaivosta varten rakennetaan 26 kilometriä pitkä ja 40 miljoonaa euroa maksava rata.*

*Kaivoksen saamaan ympäristölupaan sisältyy 10 miljoonan euron vakuusmaksu, joka yhtiön täytyy asettaa kolme kuukautta ennen kaivoksen aloittamista.” (Kauppalehti 10.5.2007, 4)*

Yllä olevista esimerkeistä käy ilmi, että yrityksen toimintaedellytyksiä ja kasvunäkymiä on pidetty hyvinä ennen varsinaisen kaivostoiminnan alkamista. Potentiaalisuutta legitimoidaan taloudellisilla hyödyillä ja numeroilla eli rationaalisiiin syihin vedoten – on järkevää sijoittaa ja investoida tähän hankkeeseen nyt, koska alueella on niin paljon malmivaroja, että kaivos tulee lähes varmasti menestymään tulevaisuudessa.

Potentiaalinen sijoitushoukuttelevuus saa siis legitimaationsa auktorisoinnin ja rationalisoinnin perusteella. Rationalisointi perustuu taloudellisiin lukuihin ja termeihin, kun taas auktoriteettiperusteinen legitimizeetti tulee ammattisijoittajien ja ministerin kommentista. Näiden tekijöiden avulla välittyy kuva Talvivaarasta potentiaalisena

sijoituskohteena. Uuden teknologian käyttöön oton sijoituskohteelle aiheuttamasta riskistä tai hankkeen muista mahdollisista haitoista esimerkiksi ympäristölle ei ole näissä teksteissä mainintoja. Yleissävy uutisoinnissa on hyvin positiivinen ja potentiaalsiin hyötyihin keskittyvä. Dominoiva diskurssi on talousdiskurssi.

### 5.1.2 Hyvä sijoitushoukuttelevuus

Hyvän sijoitushoukuttelevuuden uutisilla tarkoitetaan tässä yhteydessä uutisia, joissa Talvivaaralle rakentuu varman ja hyvän sijoituskohteen suositus perustuen yrityksen nousukauden aiheuttamaan hyvään taloudelliseen tilanteeseen. Tällaisia uutisia löytyi Kauppalehden arkistoista 19 kappaletta. Talvivaaran hyvyys sijoituskohteena saa uutisissa legitimaationsa potentiaalisuuden tavoin rationalisoinnin ja auktoriteettien kautta. Rationalisointiin perustuvassa legitimoinnissa, potentiaalisuuden yhteydessä mainittujen seikkojen rinnalle tulee myös muiden sijoittajien sijoituskäyttäytyminen. Rationalisointi tapahtuu tässä tapauksessa ”yhteiskunnan” eli sijoittajien kokemuksiin vedoten. Tämän ajatusmallin mukaan sijoituskohde on sitä legitiimimpi, mitä useampi sijoittaja siihen on sijoittanut. Legitimaatio rakentuu rationalisoinnille, jonka mukaan Talvivaaraan sijoittaminen on riskitön ja hyvä päätös, koska niin moni muukin sijoittaja sijoittaa siihen – yrityksen omistajapohjan ja rahoituksen ollessa laajaa ja hajautettua on järkevää sijoittaa kyseiseen kohteeseen. Legitimointi on siis rationalisointiin perustuvaa, kuten potentiaalisen sijoitushoukuttelevuudenkin kohdalla mutta tällä kertaa rationalisointi perustuu kansantaloudellisten hyötyjen sijaan enemmänkin muiden sijoittajien käyttäytymiseen ja heidän oletettaviin taloudellisiin hyötyihin Talvivaaraan sijoittamisen seurauksena. Seuraavassa esimerkkejä tästä:

#### Esimerkki 5

*”Suomalaiset osakkeet menevät nyt kuin kuumille kiville. Kauppalehden sijoituskyselyssä suosikkiyhtiöiksi nousivat Elisa, Fortum, Kone, Sampo ja Talvivaara.”* (Kauppalehti 5.11.2009, 5)

#### Esimerkki 6

*”Sijoittajien suosikiksi on noussut myös kaivosyhtiö Talvivaara, jota huomattavan moni kyselyyn vastanneista kertoo lisänneensä salkkuunsa.”*

(Kauppalehti 6.11.2009, 6)

#### Esimerkki 7

*”Suomi-osakkeet houkuttavat yhä sijoittajia, vaikka monella vastaajista on kotimaisia yhtiöitä salkussa jo ennestään. Suurten pörssiyhtiöiden ohella kotipörssistä ostolistalle nousisivat muun muassa Talvivaara, Tulikivi ja Atria.”* (Kauppalehti 13.11.2009, 7)

Edellä kuvaillun rationalisoinnin lisäksi Talvivaaraa on legitimoitu Kauppalehdessä hyväksi sijoituskohteeksi myös auktoriteettien avulla. Auktoriteettiin perustuva legitimaatio tulee uutisiin analyytikoiden ja ammattisijoittajien suositusten muodossa. Tämä on ikään kuin yhden asteen vakuuttavampi rationaalisin perustein tapahtuva legitimointi kuin massojen sijoituskäyttäytymiseen perustuva rationalisointi, koska sijoitussuositus annetaan ammattilaisten kommentteihin perustuen. Tunnetuiden ammattisijoittajien oletetaan tietävän vielä enemmän sijoittamisesta kuin massojen ja sijoitussuosituksista tulee näin vakuuttavampia. Samalla yrityksen legitimaatio kasvaa, kun asiaan perehtyneet ammattilaiset kehuvat kohteen sijoitushoukuttelevuutta.

#### Esimerkki 8

*”Merrill Lynchin analyytikko Jason Fairclough aloitti tänään Lontoossa yhtiön seurannan. Hänen ostosuosituksensa osakkeelle on ”osta”.”*

(Kauppalehti 28.3.2008, 8)

#### Esimerkki 9

*”Sijoitustutkijoiden suosikiksi nousee Talvivaara Kaivososakeyhtiö, jolle ei ole herunut Bloombergin keräämissä tilastoissa yhtään myyntisuositusta.”*

(Kauppalehti 21.8.2009, 9)

#### Esimerkki 10

*"Talvivaara-yhtiön liiketoiminnan on perin pohjin analysoinut neljätoista analyytikkoa, joista peräti kymmenen kehottaa ostamaan osaketta."*  
(Kauppalehti 28.10.2010, 10)

#### Esimerkki 11

*"Talvivaaran Kaivososakeyhtiöstä suomalaiset ovat saaneet uuden suosikkiosakkeen. Sekä analyytikot että sijoittajat ovat ottaneet uuden listayhtiön vastaan iloiten."..."Talvivaara on kerännyt analyytikoilta osto-suosituksia. Uutistoimisto Bloombergin analyytikkojen suosituslistan mukaan viidestä analyytikosta neljä suosittelee ostamaan osaketta. Yksi on antanut osakkeelle "market perform"-suosituksen."..."Talvivaaran kurssi on noussut yli 40 prosenttia kuukaudessa. Osaketta on vauhdittanut yleinen hyödykkeiden hintojen nousu, mutta toisaalta nostetta on tullut siitä, että osake on nyt ostettavissa myös euromääräisesti. Tämä on yksinkertaisesti lisännyt kysyntää ja laajentanut mahdollisten sijoittajien piiriä merkittävästi. Talvivaara on nyt kiinnostava sekä suomalaisille salkunhoitajille että niille salkunhoitajille, joiden salkuissa saa olla vain euromääräisiä osakkeita."..."Voimakas kurssinousu ei ole saanut analyytikoita leikkaamaan Talvivaaran osakkeen sijoitussuosituksiaan. Ilmeisesti tavoitehinnat ovat vielä saavuttamatta."*  
(Kauppalehti 4.6.2009, 11)

Yllä oleva uutinen on hyvä esimerkki tekstistä, jossa Talvivaaran osakkeen sijoitushoukuttelevuus kuvataan hyväksi. Osakkeen kuvataan olevan "nyt kiinnostava" ja lisäksi ennustetaan, että "tavoitehinnat ovat vielä saavuttamatta". Uutisen teksti keskittyy kuvaamaan vain Talvivaaran taloudellisia mahdollisuuksia eikä mahdollisista riskeistä tai uhkista ole mainintoja. Lisäksi osakkeen kerrotaan keränneen analyytikoilta osto-suosituksia ja sen kerrotaan nousseen myös suomalaisten suosikkiosakkeeksi. Osakkeen tämän hetkinen tilanne ja tulevaisuus näyttävät siis valoisilta. Legitimiteetti on vahva ja sijoitushoukuttelevuus hyvä eikä osakkeeseen sijoittamisessa koeta olevan juurikaan riskejä.

Hyvien sijoitushoukuttelevuuden uutisissa kerrottiin muiden sijoittajien sekä ammattisijoittajien mieltymyksistä sijoittaa Talvivaaraan. Diskursiivinen legitimointi tapahtui siis rationalisointiin ja auktoriteettien näkemyksiin perustuen. Nämä mieltymykset perustuivat Talvivaaran hyvään taloudelliseen tilaan ja menestykseen pörssissä. Uutisointi oli hyvin talouskeskeistä ja kaivoksen hyötyihin keskittyvää. Sijoitushoukuttelevuutta potentiaalisesti ja hyväksi kuvaavissa uutisissa ei ole mainintoja riskeistä, joista kerrotaan ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssia sisältävissä teksteissä. Uutisvirrasta jää puuttumaan muun muassa mielipiteet uuden teknologian käyttöönoton riskeistä ja vaaroista sekä kaivoksen mahdollisista uhkista ympäristölle. Uutisointi keskittyi hyvin vahvasti kaivoksen hyötyihin ja hyvään taloudelliseen tilaan. Dominoiva diskurssi oli talousdiskurssi. Tämän tyyppinen uutisointi johti yrityksen legitimaation vahvistumiseen.

### 5.1.3 Huono sijoitushoukuttelevuus

Yritystä huonona sijoituskohteena kuvailevien uutisten voidaan sanoa olevan myös sijoituskohteen houkuttelevuutta delegitimoivia uutisia. Tällaisia uutisia oli Kauppalehden uutisista 13 kappaletta. Delegitimointiin voidaan käyttää täysin samoja menetelmiä kuin legitimointiinkin. Talvivaaran tapauksessa näin myös usein kävi. Kun Talvivaaraa kuvaillaan uutisissa huonoksi sijoituskohteeksi saa tämä väite legitimaationsa useimmiten auktorisoinnin kautta. Auktoriteettiperusteisessä delegitimoinnissa sijoitushoukuttelevuuden delegitimointi tapahtuu jälleen ammattisijoittajan suulla.

Esimerkki 12

*"Gregson suhtautuu ylipäättään varauksella uusia tuotantotapoja ja prosesseja kokeileviin kaivosyhtiöihin. Niissä on sijoittajien näkökulmasta aina enemmän prosessiriskejä kuin toimiviksi havaittuja keinoja käyttävillä yhtiöillä.*

*"Emme olisi alunperinkään sijoittaneet Talvivaaraan kaltaiseen yhtiöön. Emme suosi kaivosyhtiöitä, jotka käyttävät muuta teknologiaa kuin suoraan kaupan hyllyltä hankittua. Uudet prosessit ovat pulmallisia, sillä ne eivät useinkaan toimi ensi kerralla ja kustannukset ovat kymmenkertaiset". "*  
(Kauppalehti 14.9. 2012, 12)

Merkillepantavaa tässä uutisessa on se, että siinä delegitimoidaan alun alkaenkin hyvin vahvasti Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta johtuen uuden prosessin riskeistä. Tämä on mullistava muutos uutisoinnissa, sillä tällaisia kommentteja ei esiintynyt yrityksen ja uutisoinnin alkuaikoina lainkaan. Aikaisemmin kaivoksen innovatiivista biokasaliuotusprosessia on pidetty nimenomaan yhtenä yrityksen suurimpana vahvuutena ja sitä koskenut kommentointi on ollut pelkästään positiivista alla olevien esimerkkien tapaan.

#### Esimerkki 13

*”Kesän aikana tehdyt nikkelin biokasaliuotuskokeet ovat Talvivaaran kaivososakeyhtiön toimitusjohtajan Pekka Perän mukaan sujuneet jopa ennakoitua paremmin.*

*Perän mukaan yhtiössä ollaan nyt jokseenkin varmoja, että kesäolosuhteissa Talvivaarassa ja Outokummussa tehdyt metallimalmin bakteeriliuotukset toimivat myös talviolosuhteissa.”* (Kauppalehti 19.8.2005, 13)

#### Esimerkki 14

*”Tähän asti tulokset ovat olleet parempia kuin hankkeen puuhamiehet uskalsivat haaveilla. Biokasaliuotusmenetelmä, jota Talvivaarassa käytetään, on osoittautunut hyväksi valinnaksi. - Metallien liukenemisnopeus on ollut paljon nopeampi kuin oletimme, iloitsee varatoimitusjohtaja Vesa Kainulainen.”* (Kauppalehti 12.4.2006, 14)

Näissä uutisissa ei ole mitään mainintoja uuden prosessin käyttöönoton riskeistä. Tässä on siis havaittavissa selvä diskurssin muutos siinä, miten yrityksestä kirjoitetaan ja ketkä saavat äänensä kuuluville. Aikaisemmin bioliuotusprosessia on kommentoitu ainoastaan yrityksen sisältä ja hyvin positiiviseen sävyyn. Nyt kommentti tulee yrityksen ulkopuolelta ja on sävyltään huomattavasti kriittisempi. Yritystä ja kaivosta legitimoivien uutisten tilalle on noussut myös niitä delegitimoiva diskurssi. Tämä diskurssi ei keskity ainoastaan kaivoksen hyötyihin vaan tuo esiin myös sen toiminnan sisältämiä riskejä. Yrityksen kannalta tällaisen sitä delegitimoivan diskurssin esiin nousu on hyvin merkittävä asia, koska legitimaation menettäminen voi huonontaa usealla aikaisemmin mainitulla tavalla yrityksen toimintaedellytyksiä.

Toinen tapa, jolla Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta delegitimoidaan näissä uutisissa on ympäristöongelmat itsessään. Tällöin delegitimoinnin voidaan katsoa olevan moraalisiin perusteluihin perustuvaa – ei ole moraalisesti oikein sijoittaa yritykseen, joka tuhoaa luontoa taloudellisen tuoton saavuttamiseksi. Lisäksi aineistossa esiintyy näiden tapojen yhdistelmiä, joissa moraaliset perustelut on yhdistetty joko rationaalisiin tai auktoriteettiperäisiin perusteluihin. Sijoitushoukuttelevuutta moraalisiin perustein delegitimoivissa teksteissä delegitimoinnin perusteluina käytetään ongelmia kaivoksen tuotantoprosesseissa, jotka ovat aiheuttaneet ympäristötuhoja. Tällaisissa teksteissä yritysten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi on syrjäyttänyt talousdiskurssin. Näissä uutisissa ja sijoitussuosituksissa tuodaan esiin taloudellisten tekijöiden lisäksi myös muita tekijöitä kuten vaikutukset ympäristöön.

#### Esimerkki 15

*”J.P. Morganin luonnonvarasalkkua hoitava **Neil Gregson** tähdentää, että toimiala on alituisesti ristiriitojen kohteena. Kiistanalaisuus kasvaa hänen mielestään varsinkin silloin, kun maa-aineksia hyödyntävä yhtiö on ulkomaalainen tai yhtiö ei saa yrityksistä huolimatta prosesseja kuntoon.*

*Gregson väittää, että maailman kaivosteollisuudessa ympäristö- ja sosiaalisen vastuun kysymykset otetaan paremmin huomioon kuin ennen.*

*”Vastuullisuudessa työntekijöiden, paikallisten yhteisöjen ja luonnon näkökulmasta on tapahtunut dramaattinen muutos parempaan viimeisten vuosikymmenien aikana maailmanlaajuisesti. Aina on toki poikkeuksia ja huonoja esimerkkejä”.*

*Gregson linjaa, ettei esimerkiksi Talvivaaran kaltaiselle, toistuvasti virheitä prosesseissaan tekeväälle yhtiölle ole sijaa salkussa. Hänen rahastollaan on tiukat kriteerit salkkuun kelpuutettavista yhtiöistä, sillä ala on jatkuvasti suurennuslasin alla. ” (Kauppalehti 14.9.2012, 15)*

Tässä yllä olevassa uutisessa moraaliseen delegitimointiin yhdistyy myös auktoriteettiin perustuva delegitimointi, kun viitatus lausunnon antaja on yhden maailman suurimman rahoitusalan yrityksen, J.P. Morganin, luonnonvarasalkun hoitaja.



Moraalisin perusteluin tapahtuvaan delegitimointiin yhdistyy myös rationaalisia perusteluita. Näissä yritystä ei nähdä enää houkuttelevana sijoituskohteena, koska sen aiheuttamat ympäristötuhot ovat johtaneet ylimääräisiin kustannuksiin ja imagohaittoihin, jotka puolestaan ovat huonontaneet yrityksen taloudellista tilannetta. Yrityksen taloudellinen tilanne on muuttunut niin huonoksi, että siihen ei ole enää järkevää sijoittaa. Tämä taloudellisen tilanteen huonontuminen on suurilta osin seurausta kaivoksella tapahtuneista onnettomuuksista, jotka johtivat suuriin ympäristöhaittoihin. Näiden ympäristöhaittojen siivoaminen ja onnettomuuksien tuhojen korjaaminen aiheuttivat seisokkia tuotannossa sekä ylimääräisiä kustannuksia, jotka huononsivat yrityksen taloudellista tilannetta. Lisäksi ympäristötuhojen aiheuttamat imago-ongelmat vaikeuttivat yrityksen rahoituksen saamista.

#### Esimerkki 16

*”Myyntisuositusten listan ykkössijalla on jälleen kaivosyhtiö Talvivaara. Yhtiön tuotanto- ja ympäristöongelmat ovat karkottaneet ulkomaalaissijoittajat yhtiöstä ja kotimainen omistus on kasvanut.”*  
(Kauppalehti 17.12.2012, 16)

#### Esimerkki 17

”Kaivosyhtiö Talvivaara nousee sen sijaan saman myy-listan kärkeen, jos katsotaan osakkeita, joilla on voimassa vähintään kymmenen toimenpidesuosituksen. Talvivaaran osakkeen keskimääräinen tavoitehinta on 1,34 eurossa eli roimasti alle allaskriisiä edeltäneen tason. Talvivaara joutui toissa viikolla pudottamaan arviotaan nikkelin tuotannon tämän vuoden kokonaismäärästä jo 13 000 tonniin. Ennen kipsisakka-altaan vuotoa se oli 17 000 tonnia ja vuoden alussa 25 000-30 000 tonnia.”  
(Kauppalehti 10.12.2012, 17)

#### Esimerkki 18

*”Varo. Nikkelin hinnan nousu lähelle 20 000 dollaria tonnilta houkuttelee ostamaan Talvivaaran osaketta. Nikkeliä nostaa Indonesian vientikielto, ei kysynnän kasvu. Kaivosyhtiön jätevesien päästökiintiö on täyttymässä ja yhtiö*

*haki tällä viikolla lupaa jäteveden huomattavaan lisävarastointiin. Talvivaara tappiot ja ympäristöongelmat eivät ole ohi.” (Kauppalehti 9.5.2014, 18)*

Huonon sijoitushoukuttelevuuden uutisissa aikaisemmin uutisointia dominoineen talousdiskurssin rinnalle ilmestyy ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi. Tätä ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssia käytetään Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden delegitimointiin. Delegitimointi tapahtuu tällöin pääasiassa auktorisoinnin ja moraalisin keinoin. Taloudellisten mahdollisuuksien rinnalle nousee myös kaivoksen riskit ja haitat. Uutisointi ei ole enää niin talouskeskeistä kuin aikaisemmin. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssissa esitetyt asiat laskevat sijoitushoukuttelevuutta eli legitimizeettiä.

#### **5.1.4 Erittäin huono sijoitushoukuttelevuus**

Kun Talvivaara esitetään uutisissa erittäin huonona sijoituskohteena, saa väittämä legitimaationsa pääasiassa rationaalisista perusteista tai rationalisointiin yhdistetyistä moraalista perusteista. Tällaisia Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden erittäin huonoksi kuvaavia uutisia oli aineistossani seitsemän kappaletta. Tässä vaiheessa kaivoksen elinkaarta sen ympäristölle aiheuttamat haitat ja niistä aiheutuneet taloudelliset kustannukset ovat nousseet uutisoinnissa legitimointiin käytettyjen työllistävien ja taloudellisten tekijöiden tilalle ja muuttaneet dominoivan diskurssin yritystä delegitimoivaksi ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssiksi. Sijoittajien silmissä yrityksen imago on muuttunut työpaikkojen luojasta ja taloudellisen voiton tuottajasta ympäristön pilaajaksi sekä siihen sijoitettujen varojen tuhlaajaksi. Yrityksen sijoitushoukuttelevuutta delegitimoidaan pääasiassa rationaalisin perustein. Tällöin delegitimaatio perustuu yrityksen huonoon taloudelliseen tilanteeseen. Alla olevassa uutisessa Talvivaaran osake on saanut jo todella negatiivisen ”eliminoi” statuksen lehden suosituksissa. Lisäksi yritystä kuvaillaan ”surullisenkuuluisaksi” ja sen kerrotaan olevan taloudellisten ja tuotannollisten tekijöiden perusteella ”kaatumisen partaalla”.

Esimerkki 19

***”Eliminoi.** Kaivosyhtiö Talvivaara on kaatumisen partaalla. Todelliseen vaaratilanteeseen viittaavat yhtiön rahoitusriskit, tuotanto-ongelmat ja*

*nikkelin alhainen markkinahinta. Surullisenkuuluisan kansanosakkeemme noteerattiin kuuteen senttiin Helsingin pörssissä tällä viikolla.” (Kauppalehti 18.10.2013, 19)*

Alla olevassa uutisessa Talvivaaraa delegitimoidaan puolestaan rationalisointiin yhdistetyn moralisoinnin perusteella. Kun aikaisemmin ”yhteiskunnan” eli tässä tapauksessa yksityisten sijoittajien kokemuksia käytettiin hyvän sijoitushoukuttelevuuden legitimaatioon, on tilanne kääntynyt tässä vaiheessa pääläelleen ja samojen yksityisten sijoittajien huonoja kokemuksia käytetään nyt sijoitushoukuttelevuuden rationaaliseen delegitimointiin. Lisäksi moraalinen delegitimaatioperuste yhdistyy auktoriteettiperusteiseen delegitimointiin kaivoksen aiheuttamien ympäristöhaittojen ja toimitusjohtajan vaihtumisen kautta kun ”...toimitusjohtaja Pekka Perä väistyy tehtävistään samanaikaisesti, kun kaivoksen epäillään pilanneen lähialueen vesistöjä”. Tämän lähialueen vesistöjen pilaamisen uskotaan siis yhdessä toimitusjohtajana eron ja tuotanto-ongelmien kanssa laskevan Talvivaaran osakkeen sijoitushoukuttelevuutta sijoittajien silmissä. Kaiken kaikkiaan osakkeen sijoitushoukuttelevuus esitetään Kauppalehden tekemän kyselyn perusteella erittäin huonoksi, koska viidennes vastaajista ”ei halua missään nimessä sijoittaa Talvivaaraan”.

#### Esimerkki 20

*”Kaivosyhtiö Talvivaaran suosiossa on tapahtunut dramaattinen muutos yhden vuoden aikana. Yhtiön osake oli vielä vuosi sitten Kauppalehden Sijoitusmessuilla messukävijöiden keskuudessa suosituimpien ostokohteiden joukossa. Nyt jopa viidennes reilusta 300 kysymykseen vastanneesta ei halua missään nimessä sijoittaa Talvivaaraan. Mielipiteen muuttumisen ymmärtää hyvin, kun yhtiö on laskenut useaan otteeseen kuluvan vuoden tuotantotavoitetta. Yhtiö tavoitteli kuluneelle vuodelle 50 000 tonnin nikkelituotantoa, joka jää selvästi alle puoleen alkuperäisestä suunnitelmasta. Lisäksi toimitusjohtaja **Pekka Perä** väistyy tehtävistään samanaikaisesti, kun kaivoksen epäillään pilanneen lähialueen vesistöjä.” (Kauppalehti 9.12.2011, 20)*

Yrityksen erittäin huonoa sijoitushoukuttelevuutta delegitimoidaan myös auktoriteettiperusteisesti. Tällöin perusteina ovat asiantuntijoiden lausunnot, aivan kuten silloinkin, kun heitä käytettiin hyvän sijoitushoukuttelevuuden auktoriteettiseen legitimointiin.

#### Esimerkki 21

*"Konkurssin uhkaamaa kaivosyhtiö **Talvivaaraa** seuraavat analyytikot ovat menettämässä uskonsa yhtiön tulevaisuuteen. Torstaina julkistettu tappioraportti pudotti osakkeen tavoitehintoja entisestään. **Evli** kehottaa nyt myymään Talvivaaran osakkeet ja laskee tavoitehinnan 11 sentistä yhteen senttiin. Sen alemmas ei Helsingin pörssissä pääsisikään. **Nordean** tavoitehintaa on seitsemän senttiä, samoin **Pohjola Pankin**. **Handelsbanken** pitää viittä senttiä oikeana tavoitetasona. Osake maksoi kaksi euroa tammikuussa 2011. **Bloombergin** keräämässä listassa seitsemän analyyttikkoa kehottaa myymään osakkeet ja kolme pitämään. Yksikään ei suosittele ostamista eikä osakkeen vahvistumiseen uskota. Talvivaaran ajankohtaisin ongelma on puuttuva lisärahoitus. Nykyiset omistajat ovat haluttomia uusiin satsauksiin ja yleisöanti tuskin onnistuisi. **Inderesin** analyytikko **Antti Viljakainen** totesi perjantaina, että Talvivaaran arvottaminen perinteisillä arvonmääritystasoilla on käytännössä mahdotonta. "Suosittelemme sijoittajia välttämään osaketta, jota pidämme tällä hetkellä täysin spekulatiivisena kohteena." (Kauppalehti 11.11.2013, 21)*

#### Esimerkki 22

*"Tilanne on niin epäselvä, etteivät edes ongelmakohteita jahtaavat sijoittajat innostu Talvivaarasta. Nyt ei lyödä vetoa yhtiön selviämisestä, vaan alaskirjausten suuruudesta." (Kauppalehti 25.2.2014, 22)*

Tässä vaiheessa yrityksen historiaa sijoitussuosittelun antajat olivat menettäneet uskonsa Talvivaaran taloudellisen menestyksen mahdollisuuksiin. Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta delegitimoidaan erittäin huonoksi pääasiassa rationaalisin, moraalisin ja auktoriteettisin perustein. Rationaalinen delegitimointi perustuu yrityksen

huonoon taloudelliseen tilaan ja epäonnistuneeseen tuotannon ylös ajon historiaan. Moraalisen delegitimointi perustuu ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin näkemykselle, jonka mukaan ei ole moraalisesti oikein sijoittaa yritykseen, joka toiminnallaan aiheuttaa laajoja ympäristöhaittoja. Auktoriteettisen delegitimoinnin perusteena toimivat ammattisijoittajien lausunnot. Hallitseva diskurssi on ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi.

Suositus	Diskurssi	Pääasiallinen legitimointikeino	Legitimointi / delegitimointi	Esimerkkilause	Lähde
Potentiaalinen	Talous	Auktorisointi	Legitimointi	” On ilmeistä, että pitkällä tähtäimellä tämä on hyvä uutinen yhtiölle ja osakekurssin tulisi lähteä tästä nousuun, arvioi analyytikko <b>Asa Bridle</b> Seymour Pierceltä Reutersille.”	Talvivaaran anti kiinnosti (3.6.2009)
Hyvä	Talous	Rationalisointi	Legitimointi	” Talvivaara on ollut yksi sijoittajien suosikeista Helsingin pörssissä.”.	Talvivaara on puhkeamassa kukkaan (13.12.2010)
Huono	Ympäristö- ja yhteiskunta vastuu	Auktorisointi	Delegitimointi	”Gregson linjaa, ettei esimerkiksi Talvivaaran kaltaiselle, toistuvasti virheitä prosesseissaan tekeväälle yhtiölle ole sijaa salkussa.”	Ei kiitos toistuville virheille (14.9.2012)
Erittäin huono	Ympäristö- ja yhteiskunta vastuu	Rationalisointi	Delegitimointi	”Ongelmaksi nousee se, kuka haluaa laittaa rahojaan riskiyhtiöön? ... kipsisakka-altaan vuodosta voi koitua yhtiölle vakavia ongelmia.”	Talvivaaralta loppuvat rahat (9.11.2012)

**Taulukko 3 Sijoitushoukuttelevuus ja legitimointi**

Sijoitushoukuttelevuuden eri tasoja sekä niihin liittyviä diskursseja ja legitimointitapoja on jäsennetty yllä olevaan taulukkoon.

## 5.2 Legitimointikeinot

Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden diskursiiviset legitimointi- ja delegitimointikeinot ovat perustuneet Van Leeuwenin legitimaatiostrategioista johtamilleni diskursiivisen legitimaation peruspilareille. Näitä diskursiivisen legitimoinnin peruspilareita hyväksikäyttämällä talousdiskurssi ja ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi ovat pyrkineet tuomaan esiin kaivoksen uhkia, mahdollisuuksia, hyötyjä ja haittoja.

	Potentiaallinen	Hyvä	Huono	Erittäin huono	Yhteensä
<b>Auktorisointi</b>	8	9	7	2	<b>26</b>
<b>Moralisointi</b>	0	0	1	0	<b>1</b>
<b>Rationalisointi</b>	6	10	2	2	<b>20</b>
<b>Tarinan kerronta</b>	0	0	0	1	<b>1</b>
<b>Auktorisointi / rationalisointi</b>	1	0	0	0	<b>1</b>
<b>Rationalisointi / moralisointi</b>	0	0	1	2	<b>3</b>
<b>Auktorisointi / moralisointi</b>	0	0	2	0	<b>2</b>
<b>Yhteensä</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>13</b>	<b>7</b>	<b>54</b>

Taulukko 4 Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden legitimointitavat ja -määrät Kauppalehdessä aikavälillä 1.1.2003–20.4.2016

Yllä olevasta taulukosta näemme, että Talvivaaraa legitimoitiin tutkimukseni aikavälillä potentiaaliseksi tai hyväksi sijoituskohteeksi yhteensä 34 kertaa ja delegitimoidiin huonoksi tai erittäin huonoksi sijoituskohteeksi yhteensä 20 kertaa. Sekä legitimoinnissa että delegitimoinnissa on käytetty hyödyksi auktoriteetteja ja rationalisointia. Auktoriteetin ja rationalisoinnin yhdistelmää käytettiin ainoastaan legitimointiin. Tarinankerrontaa, moraalia, rationalisoinnin ja moraalin yhdistelmää sekä auktoriteetin ja moraalin yhdistelmää käytettiin ainoastaan sijoitushoukuttelevuuden delegitimointiin.

Pääasiallinen Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden legitimointikeino on ollut auktoriteetti, jonka avulla legitimointia tehtiin yhteensä 17 kertaa. Useimmiten tällainen auktoriteetti oli ammattianalyytikko, sijoitusyrityksen edustaja tai muu ammattisijoittaja.

#### Esimerkki 23

*”Tällaisessa ajankohdassa toteutettu anti saa sijoittajat olettamaan, että se tehdään alennettuun hintaan, ja sitä se oli. Tämä on myönteinen uutinen, mutta selvästi he tekivät sen tuntuvasti alennettuun hintaan. On ilmeistä, että pitkällä tähtäimellä tämä on hyvä uutinen yhtiölle ja osakekurssin tulisi lähteä tästä nousuun, arvioi analyytikko **Asa Bridle** Seymour Pierceltä Reutersille.”*  
(Kauppalehti 3.6. 2009, 23)

#### Esimerkki 24

*”Bloombergin haastattelemista 11 analyytikosta kolme antaa osakkeelle ostosuosituksen, seitsemän pitäisi painon salkussa nykyisellään ja kaksi antaa myyntisuosituksen.”* (Kauppalehti 7.11.2011, 24)

Toiseksi eniten, yhteensä 16 kertaa, sijoitushoukuttelevuutta legitimoitiin rationalisoinnin avulla. Rationalisointi perustui tällöin lähinnä Talvivaaran kaivosalueen valtaviin mineraalivarantoihin.

#### Esimerkki 25

*”Malmion arvoksi on laskettu 7-8 miljardia euroa. Nyt tunnetuilla malmivaroilla kaivoksen ikä olisi 25 vuotta, mutta alueelta uskotaan löytyvän lisää nikkeliä ja muita malmeja.”* (Kauppalehti 10.5.2007, 25)

#### Esimerkki 26

*”Talvivaaran potentiaali on kuitenkin huikea, jos kaikki prosessiin liittyvät vaiheet toimivat niin kuin toimitusjohtaja **Pekka Perä** on kaavaillut. Sotkamon kaivoksesta on mahdollista louhia jopa 50 000 tonnia nikkeliä vuodessa.”*  
(Kauppalehti 4.1.2012, 26)

Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden legitimointi on siis tapahtunut pääasiassa auktoriteetin ja rationalisoinnin avulla.

Myös sijoitushoukuttelevuuden delegitimointi tapahtui pääasiassa auktoriteetin avulla, yhteensä 9 kertaa. Tällöinkin lausunnot ja ennusteet tulivat sijoitusalan ammattilaisilta.

#### Esimerkki 27

*”Yhtiötä seuraavista analyytikoista runsas 13 prosenttia myisi nyt yhtiön osakkeet salkusta.”* (Kauppalehti 9.4.2010, 27)

#### Esimerkki 28

*”Myyntisuositusten kärjessä ovat joulukuun tapaan Talvivaara, Kone, Orion ja Elisa.”* (Kauppalehti 7.1.2013, 28)

#### Esimerkki 29

*”Ostosuositusten häntäpäässä järjestys on ennallaan. Pohjalla on edelleen kaivosyhtiö Talvivaara.”* (Kauppalehti 14.1.2013, 29)

Toiseksi eniten, yhteensä kuusi kertaa, sijoitushoukuttelevuuden delegitimointia tapahtui moraaliperusteisesti. Moraaliin perustuneessa delegitimoinnissa moraaliset tekijät olivat joko suoraan esillä ympäristövahinkoihin viitattaessa tai upotetusti niistä seuranneisiin talousongelmiin viitattaessa.

#### Esimerkki 30

*”Sijoittajalla ei ole syytä iloon. Yhtiön osake on vuodessa halventunut yli 60 prosenttia. Tammikuun 2011 huippunoteerauksesta 7,4 eurosta kurssi on sukeltanut noin kahteen euroon. Alkuvuonna Talvivaara teki liki 20 miljoonaa euroa tappiota.”... ”Talvivaaran nikkelikaivos on herättänyt huolta ja ärtymystä lähiseudun asukkaissa aina toiminnan käynnistymisestä vuonna 2008 alkaen. Ongelmat ovat seuranneet toisiaan. Kuolleita lintuja, pahaa hajua ja suolaantuneita järviä. Työntekijän maaliskuinen kuolemantapaus järkytti laajalti.”* (Kauppalehti 8.5.2012, 30)



### Esimerkki 31

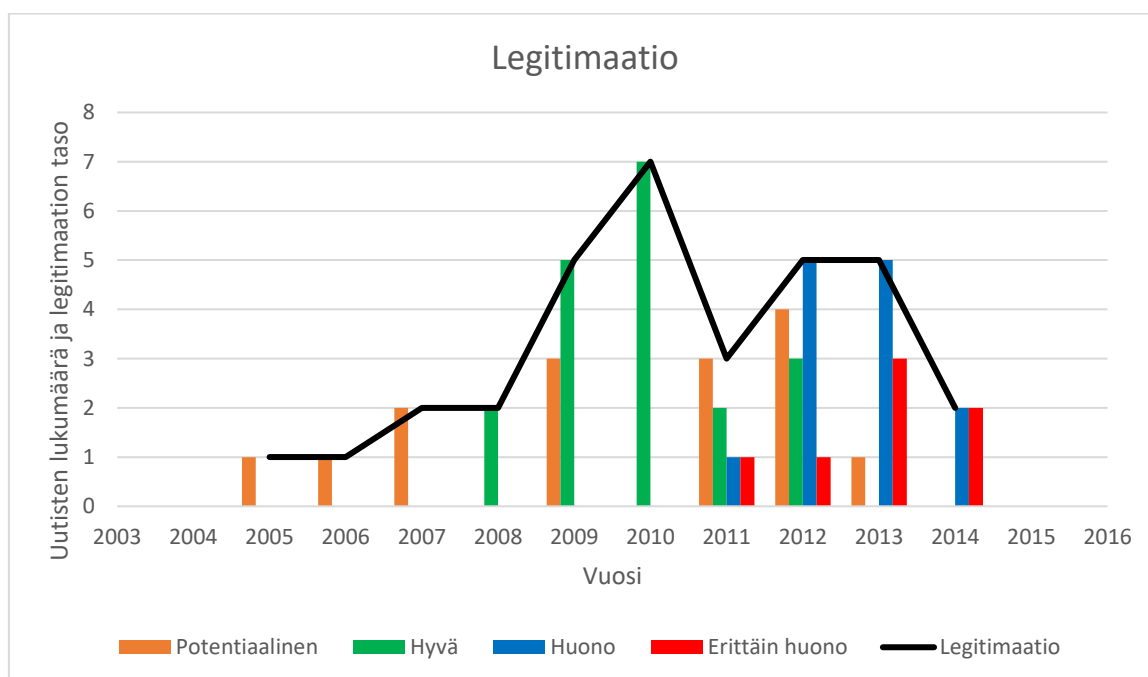
*”Myyntisuositusten listan ykkössijalla on jälleen kaivosyhtiö Talvivaara. Yhtiön tuotanto- ja ympäristöongelmat ovat karkottaneet ulkomaalaissijoittajat yhtiöstä ja kotimainen omistus on kasvanut.”*  
(Kauppalehti 17.12.2012, 31)

Legitimointi ja delegitimointi ovat siis tapahtuneet hyvin samoihin keinoihin nojaten. Ainoastaan keinojen käyttötarkoitus on vaihdellut sen mukaan, mikä on ollut tekstin diskurssi. Nämä pääasialliset keinot ovat olleet auktorisointi ja rationalisointi. Lisäksi delegitimoinnissa on käytetty paljon moralisointia. Organisaation ulkopuolelta tulleen diskursiivisen legitimaation legitimointikeinot ovat olleet myös hyvin pitkälti samoja kuin keinot, joita käytetään sisäisen legitimaatiostrategian rakentamiseen. Nämä keinot ovat olleet välillä selvästi havaittavissa ja välillä upotettuina eri diskursseihin. Oletettavasti legitimointikeinojen valinta ei kuitenkaan ole ollut minkään tarkkaan harkitun strategian tulosta, koska uutisointi perustuu sellaisten ajankohtaisten tapahtumien raportointiin, joiden kehityksestä ei ole voinut olla etukäteen tietoa. Sen sijaan kaivoksen tapahtumat ovat muuttaneet tekstien kirjoituslähtökohtia ja legitimointikeinojen käyttötarkoituksia, mikä puolestaan on näkynyt diskurssin ja sisällön muutoksina ja lopulta lukijoiden kokeman sijoitushoukuttelevuuden eli osakkeen diskursiivisen legitimaation muutoksena. Diskursiivisen legitimaation teorian mukaisesti yhteiskunnalliset tekijät ja yrityksen toimien vaikutukset sen ympäristöön ovat muokanneet diskurssia ja sitä kautta yrityksen ulkopuolelta tulevaa legitimaatiota. Tähän diskursiiviseen legitimaatioon yritys itse ei ole voinut sen omilla legitimaation argumentaatiostategiolla vaikuttaa.

### 5.3 Yhteenveto tuloksista

Kauppalehden Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta käsittelevissä uutisissa esiintyi kaksi diskurssia, talousdiskurssi ja ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi, joiden avulla sijoitushoukuttelevuutta legitimoitiin ja delegitimoidtiin. Nämä diskurssit syntyivät sosiokulttuuristen tapahtumien seurauksena ja erilaisiin diskursiivisen legitimaation peruspilareihin vetoamalla.

Talousdiskurssin hallitessa uutisia yrityksen legitimaatio oli huipussaan. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi ja sen sisältämien näkemysten mukaan tulo puolestaan laski yrityksen legitimitettä. Alla olevassa taulukossa legitimaation taso kuvataan määräytyvän vuosittain sen mukaan, minkä sijoitushoukuttelevuuden tason uutisia on esiintynyt eniten minäkin vuonna. Esimerkiksi vuonna 2006 Talvivaaran sijoitushoukuttelevuus eli legitimaatio Kauppalehden uutisissa on esitetty potentiaalisena, vuonna 2010 hyvänä, vuonna 2012 huonona ja vuonna 2014 huonona tai erittäin huonona.



**Kuva 7 Legitimaatio ja delegitimaatio sijoitushoukuttelevuus uutisten perusteella**

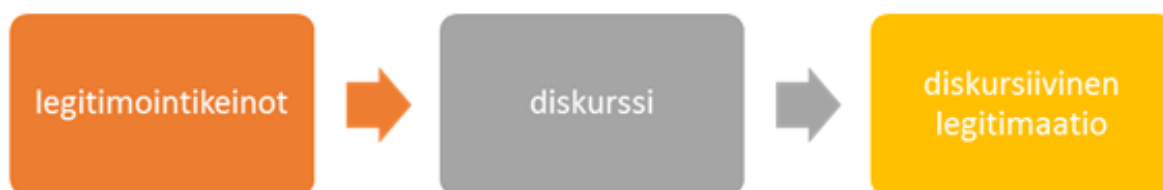
Ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin ja Talvivaaraa delegitimoivien tekstien esiin nouseminen oli seurausta uusien katsantokantojen ”syynnystä”. Nämä asian uudet katsantokannat ”syntyivät” kaivoksen tapahtumien seurauksena. Kipsisakka-altaan vuodon aiheuttamat ympäristötuhot ja rikkivetypilven aiheuttama työntekijän kuolema havahduttivat tekstien kirjoittajat ja niiden julkaisuista päättävät henkilöt tutkimaan ja esittämään hanketta myös muilta kanteilta kuin ainoastaan sen taloudellisten hyötyjen kannalta. Ihmiset kiinnostuivat kuulemaan onnettomuuksien aiheuttamista vahingoista ja syistä sekä muista mahdollisista riskeistä. Tämä puolestaan johti yrityksen diskursiivisen legitimaation laskuun. Vuoden 2012 onnettomuuksien kohdalla onkin selvästi havaittavissa, miten sosiokulttuuriset käytännöt eli ongelmat kaivoksella muovaavat tekstejä muuttamalla

diskurssikäytännön eli tekstien tuottamisen ja kuluttamisen luonnetta mikä puolestaan näkyy itse tekstin ominaisuuksissa eli muutoksena tavassa uutisoida Talvivaaran sijoitushoukuttelevuudesta. Tämä median eli Kauppalehden muuttunut uutisointitapa puolestaan vaikuttaa yhteiskunnallisen toimijan eli Talvivaaran sosiaaliseen todellisuuteen eli tässä tapauksessa legitimizeettiin ja muokkaa näin tämän toimijan toimintaedellytyksiä eli rahoitustilannetta ja imagoa.

Diskursiivinen legitimaatio voi rakentua neljän erilaisen legitimaatitavan tai niiden yhdistelmän varaan. Nämä legitimaation peruspilarit ovat: rationaalinen, moraalinen, auktoriteettinen ja tarinoihin perustuva legitimointi. Näiden avulla tekstien tuottajat muodostavat tiedostamattaan tai tiedostaen erilaisia kilpailevia diskursseja sen mukaan, mistä näkökulmasta asiat esitetään, mikä on asioiden esitysjärjestys, mikä on kirjoittajan näkökulma käsillä olevaan asiaan, minkä ajatusmaailman omaavilta ihmisiltä kysytään kommentteja ja mitkä asiat kuvataan hyödyllisinä ja mitkä hyödyttöminä. Organisaatioiden ulkopuolelta tulevan diskursiivisen legitimaation ei siis välttämättä tarvitse olla minkään kolmannen osapuolen ennalta harkitun strategian tulosta. Sen sijaan se voi rakentua tiedostamatta tai tarkoituksetta yksittäisissä teksteissä asioiden esittämiseen ja perusteluun toistuvasti käytetyiden legitimointikeinojen perusteella syntyneiden tekstienvälisten kokonaisuuksien ja diskurssien tuloksena.

Nämä diskursiiviseen legitimointiin käytetyt diskursiivisen legitimaation rakennuspilarit osoittautuivat pitkälti samoiksi kuin van Leeuwenin määrittelemät, organisaation sisältä tulevaan legitimaatioon tarkoitetut, legitimaation retoriset argumentaatiostrategiat. Niiden avulla legitimoitiin väittämiä Talvivaaran sijoitushoukuttelevuudesta ja muodostettiin kilpailevien diskurssien pohjat. Lähes kaikkia legitimointitapoja käytettiin sekä talousdiskurssissa että ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssissa. Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden legitimointiin ja delegitimointiin käytettiin siis periaatteessa täysin samoja legitimointikeinoja mutta keinojen käyttötarkoitus vaihteli diskurssien mukaan. Eri diskursseissa painotettiin erilaisia asioita ja legitimoitiin sijoitushoukuttelevuutta kunkin diskurssin tarkoitusperiin sopivista näkökulmista. Hyödyntämällä näitä legitimaation rakentamiseen käytettäviä legitimaation peruspilareita diskurssit ja niiden taustalla

vaikuttavat näkökulmat vahvistavat tai heikentävät käsillä olevan asian diskursiivista legitimaatiota.



**Kuva 8 Diskursiivisen legitimaation rakentuminen**

Tutkimusaineistossani Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta delegitimoivan ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin, tultua mukaan yrityksen sijoitushoukuttelevuutta koskevaan uutisointiin uutisten sisältö muuttui ja diskursiivinen legitimaatio lähti laskuun. Tätä ennen Talvivaara oli esitetty Kauppalehdessä hyvin legitiiminä sijoituskohteena ja sitä koskevaa uutisointia oli hallinnut talousdiskurssi. Talousdiskurssi painotti teksteissään kaivoksen taloudellisia hyötyjä ja suurta tulevaisuuden potentiaalia. Kaivoksella sattuneiden ympäristöonnettomuuksien seurauksena Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta koskevaan uutisointiin nousi talousdiskurssin rinnalle uusi ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi. Tämä diskurssi muutti Talvivaaran legitimaation täysin. Sen uusista näkökulmista esittämät ja ennen huomiotta jääneet kaivosta koskevat ympäristöasiat ja talousongelmat alkoivat delegitimoimaan yrityksen sijoitushoukuttelevuutta ja haastamaan vanhoja itsestään selvinä pidettyjä asioita kaivoksen hyödyllisyydestä. Näiden ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin esiintuomien asioiden seurauksena Talvivaara menetti Kauppalehden uutisissa sijoitushoukuttelevuutensa ja legitimaationsa lopulta kokonaan ja yrityksen osake alkoi saada pelkästään sitä delegitimoivia huonoja ja erittäin huonoja sijoitussuosituksia. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin esiin nousemisella oli siis todella suuri vaikutus Talvivaaran legitimizeettiin pörssiyrityksenä.

## 6. Pohdinta

Tutkimuksen alussa esitettiin kaksi tutkimusta ohjannutta taustahypoteesia: 1) tutkimuskohteen sijoitushoukuttelevuus muuttui tutkimusaineiston uutisissa hyvin oleellisesti hyvästä huonoon ja 2) sijoitushoukuttelevuuden muutos oli seurausta

diskursiivisen legitimaation ja dominoivan diskurssin muutoksista. Aineistoanalyysini perusteella näitä hypoteeseja voidaan pitää paikkansa pitävinä. Kaivoshankkeen alkuaikoina kaivoksen ja yrityksen sijoitushoukuttelevuus esitettiin Kauppalehdessä potentiaalisena. Tällaista sijoitushoukuttelevuutta perusteltiin pääasiassa erilaisten auktoriteettien antamilla kommentaareilla Euroopan suurimmasta nikkeli esiintymästä, josta riittäisi nikkeliä louhittavaksi useammaksi kymmeneksi vuodeksi sekä kaivoksen tuottamista työpaikoista ja innovatiivisen bioliuotusprosessin eduista. Kaivoshankkeen hyötyjä perusteltiin monesti numeerisella datalla, jonka luvut liittyen alueen metallimääriin, malmion rahalliseen arvoon, osakeantien kautta kerättäviin euromääriin ja kaivoksen luomiin työpaikkoihin loivat lukijalle kuvaa jättimäisestä hankkeesta, joka loisi talouskasvua koko taantuman vaivaamaan Suomeen.

Yrityksen ympärille kehittyi valtaiset odotukset ja potentiaalisen sijoitushoukuttelevuuden suositukset alkoivat kääntyä hyvän sijoitushoukuttelevuuden suosituksiksi. Yritys ei kohdannut sen operatiivisen toiminnan alkuaikoina juurikaan vastoin käymisiä ja sen menestymismahdollisuuksia pidettiin erittäin hyvinä. Listautuminen Lontoon pörssiin sujui erinomaisesti, ja yrityksen osakekurssi nousi kovaa vauhtia. Hallitseva diskurssi Kauppalehden sijoitussuosituksissa oli talousdiskurssi, joka keskittyi tuomaan esiin kaivoksen taloudellisia hyötyjä ja mahdollisuuksia. Myös valtio osallistui hankkeen rahoittamiseen usealla kymmenellä miljoonalla, mikä vahvisti yrityksen legitimitteettiä ja sijoitushoukuttelevuutta entisestään. Vuonna 2012 kaivoksella tapahtui kuitenkin ympäristöonnettomuus, joka muutti kaiken. Tämän onnettomuuden seurauksena yritystä alettiin tarkastella taloudellisten tekijöiden lisäksi myös muista näkökulmista ja sen sijoitushoukuttelevuutta koskevaan uutisointiin ilmestyi talousdiskurssin rinnalle uusi ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin esiintuomien kaivoksen haittojen, riskien ja uhkien myötä yrityksen sijoitushoukuttelevuus Kauppalehden uutisissa kääntyi laskuun. Yritys alkoi saada huonon sijoitushoukuttelevuuden suosituksia ja yleinen mielipide kaivosta kohtaan kääntyi sen vastaiseksi. Vuonna 2013 kaivoksella sattuneen uuden ympäristöonnettomuuden seurauksena ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi alkoi saada yhä enemmän ja enemmän näkyvyyttä ja muuttui lopulta hallitsevaksi diskurssiksi. Tässä vaiheessa yrityksen osake sai Kauppalehdessä enää vain erittäin huonon sijoituskohteen sijoitussuosituksia ja sen

legitimaatio pörssimarkkinoilla oli täysin mennyttä. Yritystä koskenut sijoitushoukuttelevuus Kauppalehden uutisissa muuttui siis ensimmäisen tutkimushypoteesin mukaisesti hyvin järjestelmällisesti potentiaalisesta hyvään, huonoon ja lopulta erittäin huonoon. Tämä sijoitushoukuttelevuuden ja legitimaation muutos oli seurausta diskurssin muutoksesta, joka muuttui yrityksen alkuaikoina dominoineesta talousdiskurssista yrityksen elinkaaren loppuaikojen ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssiksi. Myös toista tutkimushypoteesia voidaan siis pitää paikkansa pitävänä.

Tutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä toimi Norman Faircloughin teoria viestintätilanteen kriittisestä diskurssianalyysistä. Tämän teorian mukaan sosiokulttuuriset käytännöt muovaavat tekstejä muuttamalla diskurssikäytännön luonnetta eli tekstien tuottamisen ja kuluttamisen tapoja, mikä puolestaan näkyy itse tekstin ominaisuuksissa. Omat tutkimustulokseni tukevat tätä teoriaa. Tutkimustulosteni mukaan kaivoksella tapahtuneet onnettomuudet eli sosiokulttuuriset käytännöt muokkasivat Talvivaaraa koskevia tekstejä näistä onnettomuuksista kertoviksi, mikä puolestaan muutti tätä kautta diskurssikäytännön luonnetta ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin suuntaan. Tämä diskurssikäytännön muutos puolestaan johti yrityksen osakkeen sijoitussuositusten eli legitimaation laskuun. Muutos diskurssissa yhdistettynä kaivoksella sattuneisiin onnettomuuksiin lisäsi lukijoiden tiedonnälkää liittyen kaivoksen riskeihin ja haittoihin. Näiden muutosten seurauksena myös yritystä ja kaivosta koskevien tekstien sisältö alkoi muuttua taloudellisia hyötyjä ja mahdollisuuksia painottavista teksteistä yhä enemmän ja enemmän ympäristö- ja yhteiskuntavastuuasioita painottaviksi teksteiksi.

Diskursiivisen legitimitietin muutosta tutkittiin puolestaan Theo van Leeuwenin kehittämistä legitimaation argumentaatiostrategioista johdetulla diskursiivisen legitimaation rakentumismallilla. Tämän mallin mukaan organisaatioiden ulkopuolelta tuleva diskursiivinen legitimaatio rakentuu samojen legitimaatiotapojen perusteella kuin organisaatioiden sisältävä tuleva legitimaatio. Nämä legitimaation ja delegitimaation rakentumista tukevat pilarit ovat auktorisointi, rationalisointi, moralisointi ja tarinan kerronta. Tutkimustulokseni tukevat myös tämän teorian paikkansa pitävyyttä. Median aiheuttama diskursiivinen legitimaatio näyttäisi syntyvän samojen keinojen avulla kuin Van

Leeuwenin kehittämät organisaation sisältä tulevaan legitimaatioon kehitetyt legitimaation retoriset argumentaatiostrategiat. Diskursiivisen legitimaation yhteydessä nämä keinot ja niiden käyttö ei kuitenkaan ole välttämättä minkään ennalta suunnitellun strategian tulosta vaan pikemminkin tapoja perustella ja oikeuttaa eri diskursseissa esitettäviä asioita. Näiden tapojen mahdollisesti tiedostamaton ja tarkoituksetonkin toistuva käyttö yksittäisissä teksteissä synnyttää tekstienvälisiä kokonaisuuksia ja diskursseja, jotka vahvistavat tai heikentävät käsillä olevan asian diskursiivista legitimaatiota. Tutkimusaineistoni analyysin perusteella myös Talvivaaran sijoitussuosituksia legitimoitiin Kauppalehdessä kaikkien neljän edellä mainitun keinon avulla.

Maguire ja Hardy (2009) ovat tulleet omassa legitimaation menettämistä käsittelevässä tutkimuksessaan siihen tulokseen, että uusien diskurssien avulla voidaan haastaa vanhoja toimintamalleja, legitimaatioita ja diskursseja. Heidän tutkimustuloksensa havainnollistavat, miten yksittäisten toimijoiden uusista katsantokannoista tuottamat, jakelemat ja kuluttamat tekstit voivat diskurssin muutoksen myötä johtaa vanhojen, itsestään selvänä pidettyjen käytäntöjen, merkitysten ja diskurssien hylkäämiseen. Tällainen diskurssin muutos on mahdollista vain uusien katsantokantojen myötä, koska vanhat vallassa olevat katsantokannat eivät heidän mukaansa tuo esiin vallitsevien uskomusten haasteita ja niihin liittyviä ongelmakohtia. Sen sijaan ne vahvistavat vallitsevaa tilaa ja nykyisiä toimijoita korostamalla niihin liittyvien toimintamallien oikeellisuutta, hyödyllisyyttä ja asiaankuuluvuutta. Maguire ja Hardy lisäävät vielä, että ollakseen tehokkaita näiden uusien diskursseja sisältävien yksittäisten toimijoiden kirjoittamien tekstien täytyy sisältää sellaisia väitteitä, esimerkkejä, tilastoja ja tarinoita, jotka tuovat esiin nykyisten käytäntöjen toimimattomuutta, epäoikeudenmukaisuutta ja muita haittapuolia. Näiden väitteiden, esimerkkien, tilastojen, tarinoiden ynnä muiden tekijöiden uskottavuutta ja suostuttelevuutta kirjoittajat ja jakelijat voivat vielä parantaa erilaisten retoristen strategioiden avulla. (Maguire & Hardy 2009) Omat tutkimustulokseni tukevat myös näitä Maguiren ja Hardyn tutkimustuloksia. Talvivaaran sijoitushoukuttelevuus pysyi hyvänä niin kauan kuin talousdiskurssi oli sitä koskevan sijoitussuositusuutisoinnin hallitsevana diskurssina. Ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin noustua mukaan uutisointiin myös Talvivaaran sijoitushoukuttelevuus lähti laskuun. Tämä oli seurausta sellaisista ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssin esiin tuomista uusista katsantokannoista, väitteistä,

esimerkeistä, tilastoista ja tarinoista, joita aikaisemmin hallitsevana diskurssina ollut talousdiskurssi ei ollut tuonut esille.

Kuten jo tämän tutkimuksen alkupuolella todettiin, legitimoinnin ja delegitimoinnin diskursiivisia prosesseja, käytäntöjä ja strategioita koskevassa tutkimustiedossa on vielä paljon puutteita ja täydentävää tietoa kaipaavia alueita. Paljon on tutkittu sitä, mitä organisaatio itse voi tehdä ansaitakseen tai menettääkseen legitimoidun aseman. Sen sijaan ulkopuolisten tekstien, kuten mediadiskurssin legitimaatiovaikutuksia ja diskursiivista legitimaatiota, on tutkittu huomattavasti vähemmän. Useat tutkijat ovat kuitenkin sitä mieltä, että julkisen keskustelun diskurssilla on hyvin suuri vaikutus organisaatioiden legitimaatioon. Esimerkiksi Pollock & Rindovan (2003) tutkimustulosten mukaan julkisella informaatiolla on selviä vaikutuksia uusien pörssiyrityksiä kohtaan koettuun legitimaatioon, investoijien käyttäytymiseen ja siihen, millaisena sijoittajat yrityksen näkevät. Samoin esimerkiksi Rao (1994) sekä Fanelli & Misangyi (2006) ovat sitä mieltä, että medialla on suuri vaikutus organisaatioiden legitimaatioon. Myös omat tutkimustulokseni viittaavat tähän. Talvivaaran kaivoksen jatkuvien ongelmien myötä Kauppalehden diskurssi Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta koskevissa uutisissa muuttui aikojen saatossa yritystä legitimoivasta talousdiskurssista sitä delegitimoivaksi ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssiksi. Tämän diskurssin muutoksen seurauksena Talvivaara menetti diskursiivisen legitimaationsa eli sijoitushoukuttelevuutensa Kauppalehden uutisissa, mikä vauhditti omalta osaltaan sijoittajien katoa ja yrityksen kaataneita rahoitusongelmia. Organisaatioteoriassa legitimaation on sanottu olevan prosessi, jonka avulla organisaatio oikeuttaa olemassaolonsa muille toimijoille. (Suchman 1995, 573) Tämän oikeutuksen hävitessä organisaation toimintaedellytykset loppuvat tai ainakin vähenevät huomattavasti. Sama asia on tutkimustulosteni mukaan havaittavissa myös diskursiivisen legitimaation yhteydessä.

Kriittinen diskurssianalyysi tutkimusmetodina sisälsi paljon edestakaista työskentelyä tutkimusaineiston, teorian, analyysin ja tulkintojen välillä, mistä johtuen itse kirjoitusprosessi oli aika ajoin työlästä. Onnistuin kuitenkin jäsentämään aineistoni ja tutkimustulokseni, ja valitsemani teoreettinen viitekehys ja tutkimusmetodi sopivat mielestäni erittäin hyvin tällaisen tutkimuksen tekoon.

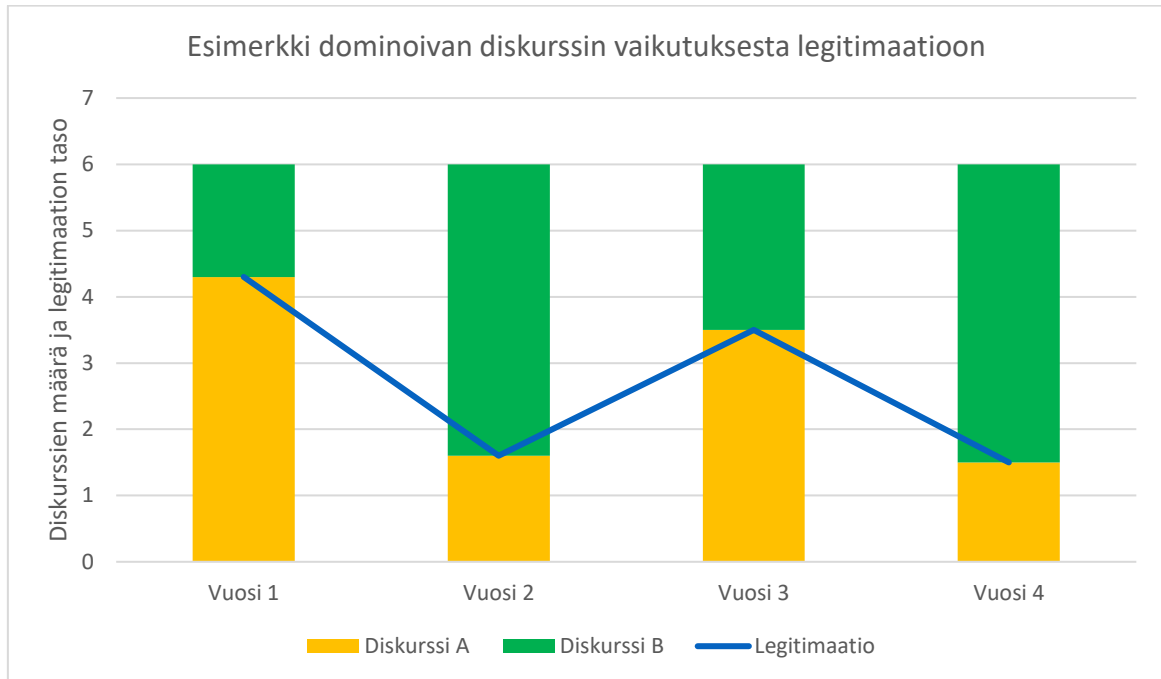


Tutkimuksen case study -luonteen vuoksi tulosten yleistettävyyden osalta pitää olla varovainen. Tutkimus kuitenkin omalta osaltaan vahvistaa aiempaa tutkimusta siitä, miten diskursseilla on selvää vaikutusta legitimaatioon ja dominoivat diskurssit voivat toimia vauhdittavina tekijöinä ulkopuolisen legitimaation synnyssä. Tutkimus vahvistaa aiempaa tutkimusta siitä, että diskursiivisella legitimaatiolla voidaan katsoa olevan merkittävää vaikutusta pörssiyritysten toimintaedellytyksiin.

## 7. Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia diskursiivista legitimaatiota – miten se syntyy ja miten eri diskurssit vaikuttavat tutkimuksen kohteena olevan pörssiyrityksen legitimizeettiin. Tutkimuksen tutkimuskysymyksenä oli: Miten ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi vaikuttaa pörssiyritysten legitimizeettiin? Tutkimustulosteni mukaan ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi vaikutti tutkimuksen kohteena olleen pörssiyrityksen legitimizeettiin erittäin paljon ja sitä delegitimoivasti. Tämä delegitimoiva vaikutus tulee esiin tutkimustulosteni kautta. Näiden tutkimustulosten mukaan Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta legitimoitiin Kauppalehden uutisissa yrityksen alkuaikoina hyvin vahvasti. Tämän diskursiivisen legitimoinnin seurauksena Talvivaaran ympärille nousi *hype*, joka perustui talousdiskurssiin. Talousdiskurssi keskittyi esittelemään Talvivaaran taloudellisia mahdollisuuksia ja jätti kaivoksen muut tekijät tekstien ulkopuolelle. Tällainen uutisointi kiihdytti yrityksen osakkeen sijoitushoukuttelevuuden kasvua ja pörssikurssin nousua. Kaivoksella sattuneiden onnettomuuksien jälkeen diskurssi muuttui sijoitushoukuttelevuutta delegitimoivaksi. Tämä sijoitushoukuttelevuutta delegitimoinut ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi alkoi tuoda esiin muun muassa uuden kaivosprosessin käyttöönottoon liittyviä riskejä, kaivoksen aiheuttamia ympäristöhaittoja, kaivosprosessin onnettomuudesta seuranneita rahoitusongelmia ja kaivoksen muita riskejä. Negatiiviset sijoitussuosituksot ja niistä seuranneet rahoitusvaikeudet yhdistettynä kaivoksen tapahtumiin ja niihin keskittyviin uutisiin johti pörssikurssin laskuun. Tämä yhdistettynä suursijoittajien katoon aiheutti Talvivaaralle rahoitusvajeen, josta se ei enää pystynyt nousemaan ja lopulta se ajautui konkurssiin. Legitimaation laskuun on luonnollisesti vaikuttanut diskurssin lisäksi monet muutkin tekijät mutta tutkimustulosteni mukaan diskursseilla on silti selvää vaikutusta legitimaatioon ja dominoivat diskurssit

toimivat vähintäänkin vauhdittavina tekijöinä ulkopuolisen legitimaation synnyssä. Teoriassa se, mikä diskurssi on dominoivassa asemassa, näyttäisi määrittelevän hyvin vahvasti diskursiivisen legitimaation tason.



**Kuva 9 Esimerkki dominoivan diskurssin vaikutuksesta legitimaatioon**

Tutkimustulokseni vahvistavat aikaisempaa tutkimustietoa (esim. Maguire & Hardy 2009; Pollock & Rindovan 2003; Rao 1994), jonka mukaan diskursiivisen legitimaation muutokset tapahtuvat konkreettisten tapahtumien lisäksi tekstien kohteisiin liittyvissä sanavalinnoissa, asioiden esitystavoissa ja esittämättä jättämisissä.

## 7.1 Tutkimuksen vaiheet

Tutkimuksessani määriteltiin ensin Kauppalehdessä käytetyt diskurssit, joilla Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta on sen uutisissa legitimoitu ja delegitimoitu. Tunnistettuani tutkimusaineistostani kaksi keskenään kilpailevaa diskurssia nimesin ne talousdiskurssiksi ja ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssiksi. Tämän jälkeen kävin läpi tutkimusaineistoni ja jäsensin sen taulukkoon, josta selviää eri diskurssien esiintyminen vuosittain. Seuraavaksi siirryin tutkimaan, miten Kauppalehden esittämä sijoitushoukuttelevuus on muuttunut tutkimukseni aikavälillä. Tämän tutkimuksen seurauksena selvisi, että Talvivaaran

sijoitushoukuttelevuus Kauppalehden uutisissa on muuttunut hyvin systemaattisesti potentiaalisesta, hyvään, huonoon ja lopulta erittäin huonoon. Tästä muutoksesta tein johtopäätöksen, että sijoitushoukuttelevuuden muutos on ollut seurausta diskurssin muutoksesta, jossa uutisointia alkuaikoina dominoineen talousdiskurssin tilalle oli noussut uutisointia yrityksen loppuaikoina dominoinut ympäristö- ja yhteiskuntavastuudiskurssi. Tämän johtopäätöksen jälkeen halusin vielä analysoida, millä keinoilla tämä diskurssin muutos on tapahtunut. Diskurssin muutoksen keinojen selvittämiseksi siirryin tutkimaan, miten Talvivaaran sijoitushoukuttelevuutta on legitimoitu ja delegitimoitu näissä edellä mainituissa diskursseissa. Tästä tutkimuksen osasta selvisi, että sekä legitimointiin että delegitimointiin on käytetty hyvin pitkälti samoja legitimointikeinoja. Nämä keinot ovat auktorisointi, moralisointi, rationalisointi ja tarinan kerronta. Ainoastaan se mihin tarkoitukseen näitä keinoja on käytetty, on vaihdellut. Talousdiskurssi on käyttänyt niitä yrityksen sijoitushoukuttelevuuden legitimointiin ja ympäristö- ja yhteiskuntavastuu delegitimointiin. Samalla selvisi myös se, että nämä organisaatioiden ulkopuolelta tulevan legitimaation lähteet ovat samoja kuin organisaation sisältä tulevan legitimaation rakentamiseen käytetyt legitimointikeinot.

## **7.2 Tutkimustulosten käytännön merkittävyys**

Tutkimustulokseni havainnollistavat miten uusista näkökulmista tuotetut, jaellut ja kulutetut tekstit voivat diskurssin muutoksen myötä johtaa tekstien kohteen aikaisemmin saavuttaman diskursiivisen legitimaation menettämiseen. Tällaisten uusien diskurssien avulla voidaan siis horjuttaa pitkään pystyssä pysyneitä käytäntöjä ja haastaa näin vanhoja toimintamalleja ja legitimaatioita. Tällaiset organisaatioiden ulkopuolelta tulevat vanhojen toimintamallien ja itsestään selvyyksien haastamiset ja delegitimoinnit ovat nousseet erittäin merkittäviksi tekijöiksi tämän päivän yritysmaailmassa, jossa vahvassakin asemassa olevia liiketoimintamalleja on alettu kyseenalaistaa, jos niiden vaikutusten on todettu olevan haitallisia ympäristölle tai ihmisten terveydelle. Diskursiivisen legitimaation prosessien ymmärtäminen onkin esimerkiksi yritysjohton kannalta todella tärkeää. Vaikka yritys ei omilla strategisilla toimilla voikaan vaikuttaa tällaisen ulkopuolisen legitimaation syntymiseen voi se vaikuttaa siihen millaiselta yritys näyttää ulospäin. Jos esimerkiksi yritystoiminnan seurauksena tapahtuu ympäristövahinko, on tähän vahinkoon ja siitä tiedottamiseen reagoitava nopeasti ja viestinnän oppien mukaisesti. Näin voidaan koittaa

vaikuttaa yrityksen imagoon ja onnettomuutta koskevan informaation laatuun, jotta se olisi mahdollisimman totuuden mukaista ja yrityksen toiminnan kannalta edullista. Tällä tavoin voidaan välttää esimerkiksi vääriä huhuja, jotka saattavat aiheuttaa mediateksteissä turhaa delegitimaatiota yritykselle.

Tutkielmani case-yritys Talvivaara on hyvä käytännön esimerkki siitä, miten tärkeää diskursiivinen legitimaatio voi olla yrityksen kannalta. Teoriassa kaivoksen vahvuudet, mahdollisuudet, uhkat ja riskit ovat nimittäin pysyneet koko sen olemassaoloajan samoina mutta eri diskursseissa niiden esiin tuominen on vaihdellut eri aikoina. Kauppalehden tämän hetkisestä Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden diskursiivisesta delegitimaatiosta huolimatta kaivoksen alueella sijaitsee edelleen Euroopan suurin sulfidinikkeliesiintymä ja kaivoksen bioliotusprosessi on teoriassa toimiva malminliuotusmenetelmä. Jos kaivos saataisiin toimimaan täydellä kapasiteetilla, tuottaisi se alueelle satoja, jos ei tuhansia työpaikkoja sekä taloudellista tuottoa osakkeenomistajille. Samaan aikaan kaivoshanke on kuitenkin alusta asti sisältänyt myös valtavia riskejä. Kaivoksella sattuneen onnettomuuden aiheuttaman ympäristökatastrofin mahdollisuus on ollut mahdollinen kaivoksen toiminnan alkamisesta asti, vaikka siitä ei toiminnan alkuaikoina Kauppalehdessä puhuttukaan. Lisäksi uuden teknologian käyttöönottoon liittyy aina myös taloudellista riskiä, josta ei myöskään puhuttu kaivoksen alkuaikojen uutisissa. Medialla on siis suuri valta sen suhteen, mitä se päättää uutisoinnissaan tuoda esille ja mitä ei ja tämä uutisointi puolestaan osaltaan rakentaa, tuottaa ja muuttaa yhteiskunnallisen toimijan sosiaalista todellisuutta. Voidaan kysyä olisiko esimerkiksi Talvivaaran sijoitushoukuttelevuuden legitimaatio ollut niin suuri alkuaikoina, jos mediassa olisi tuotu jo silloin enemmän esiin kaivoksen riskejä ympäristölle ja uusien tuotantoprosessien käyttöönottoon liittyviä epävarmuustekijöitä? Entä olisiko sijoitushoukuttelevuutta voinut delegitimoida loppuaikoina maltillisemmin tuomalla edelleen esiin kaivoksen potentiaaleja ja antaa yritykselle näin paremmat mahdollisuudet selvitä ongelmistaan? Olisiko media siis maltillisemmalla ja monipuolisemmalla uutisoinnilla voinut vaikuttaa Talvivaaran kohtaloon hidastamalla yrityksen alkuaikojen vauhtisokeutta ja sen mukanaan tuomia ongelmia kaivoksella tai loiventaa loppuaikojen alamäkeä tuomalla edelleen esiin kaivoksen mahdollisuuksia? Diskursiivisen legitimaation aikaisempien tutkimusten ja tämän tutkimuksen tulosten perusteella olisi. Diskursiivisella

legitimaatiolla voidaan siis katsoa olevan merkittävää vaikutusta yritysten toimintaedellytyksiin.

### **7.3 Tutkimuksen rajoitukset**

Tutkimuksen suurimpana rajoituksena voidaan pitää sen suppeutta. Vaikka Kauppalehti onkin Suomen suurilevikkeisin talouslehti ja vahva mielipidevaikuttaja talouden piirissä, on se silti ainoastaan yksi Tavivaarasta uutisoinut media. Tutkimustulokseni tuovat kyllä lisätietoa diskursiiviseen legitimaation teoriaan mutta tämä tutkimus keskittyy tutkimaan ainoastaan yhdestä lähteestä tulevaa diskursiivista legitimaatiota. Jos haluamme tutkia kokonaisvaltaisemmin diskursiivisen legitimaation ja delegitimaation syntyä, on mukaan otettava muitakin diskursiivisen legitimaation lähteitä. Tällöin tutkimustulosten merkittävyys kasvaa, sillä organisaatioiden kannalta on luonnollisesti tärkeää, voiko yhden toimijan tuottaman diskursiivisen legitimaation rakentumisprosesseja yleistää koko sitä koskevaan mediadiskurssiin.

Toisena rajoitteena voidaan pitää tutkimuksen tekijän mahdollista vaikutusta tutkimustuloksiin. Esimerkiksi uutisten esittämän sijoitushoukuttelevuuden jakaminen eri tasoille on tapahtunut tutkimuksen tekijän valintoihin perustuen. Valinnat ovat perustuneet menetelmät-osiossa avatuille perusteluille mutta näiden perusteluiden käyttö ja sijoitushoukuttelevuuden eri tasoille jakaminen jättää silti, varsinkin rajatapauksissa, tulkinnanvaraa myös jaottelun tekijälle. Jaottelun luotettavuutta lisäisi, jos sen tekisi useampi henkilö, esimerkiksi paneeli.

Van Leeuwenin (2007) kehittämien legitimaation argumentaatiostrategioiden soveltuvuutta organisaatioiden ulkopuolelta tulevan diskursiivisen legitimaation tutkimiseen voidaan myös kritisoida, koska malli on alun perin kehitetty kuvaamaan organisaatioiden sisältä tulevaa legitimaatiota. Tutkimustulosteni mukaan organisaatioiden ulkopuolinen diskursiivinen legitimaatio syntyy kuitenkin hyvin samojen periaatteiden mukaan kuin sisältä tuleva, vaikka ulkopuolelta tuleva legitimaatio ei välttämättä olekaan samalla tavalla minkään tietyn strategian tulosta kuin sisäpuolelta tuleva on. Tästä syystä van Leeuwenin mallin jaottelu on mielestäni erittäin toimiva myös organisaatioiden ulkopuolelta tulevan diskursiivisen legitimaation tutkimuksessa.

#### **7.4 Jatkotutkimusideat**

Tätä tutkielmaa voisi jatkossa laajentaa käsittämään useamman eri median sisältämän diskurssin vaikutuksia osakekurssiin. Tällöin voitaisiin tutkia, miten eri medialähteistä muodostuu diskursiivisen legitimaation kohteena olevaa organisaatiota koskeva tekstienvälinen, dominoiva diskurssi ja miten tämä diskurssi vaikuttaa diskursiivisen legitimaation syntyyn. Näin saisimme kokonaisvaltaisempaa tietoa diskursiivisen legitimaation vaikutuksista yritysten pörssikurssiin. Tällaisessa tutkimuksessa voisi myös keskittyä tarkemmin uutisten julkaisuajankohtiin ja niitä mahdollisesti seuraaviin pörssikurssivaikutuksiin eli vertailla vielä yksityiskohtaisemmin, miten yrityksen osakekurssi kehittyy tai ei kehity median uutisten, niissä käytettyjen diskursiivisten legitimaatiokeinojen ja eri diskurssien perusteella. Lisäksi voitaisiin tutkia minkälaisia vaikutuksia yksittäisillä, eri diskurssin uutisilla on osakekurssiin eli reagoiko osakekurssi herkästi yksittäisiin sijoitussuosituksiin vai onko dominoiva diskurssi yksin se tekijä, joka määrää diskursiivisen legitimaation tason.

Lisäksi tämän tutkimuksen tuloksia voidaan hyväksikäyttää jatkossa esimerkiksi sellaisissa tutkimuksissa, joissa myös tutkitaan diskursiivisen legitimaation menetystä. Myös tutkimukset, jotka tutkivat organisaatioiden ulkopuolelta tulevan legitimaation ja organisaatioiden sisäpuolelta tulevan legitimaation välisiä eroja saattavat hyötyä tutkimustuloksistani. Yleisellä tasolla kielen vaikutus konkreettisiin tapahtumiin ja erilaisten tekstien kohteina oleviin asioihin, ihmisiin ja organisaatioihin on mielenkiintoinen tutkimuskohde, jonka tuloksia voidaan hyödyntää todella laaja-alaisesti esimerkiksi yritystoiminnassa, politiikassa, urheiluvalmentamisessa ja journalismissa.

## Lähteet

Berger, Peter L. & Luckmann, Thomas 1966. *The Social Construction of Reality*. Penguin Books, Middlesex.

Brown, Noel & Deegan, Craig 1998. The public disclosure of environmental performance information – a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research* 29(1): 21-41.

Colomy, P. 1998. Neofunctionalism and neoinstitutionalism: Human agency and interest in institutional change. *Sociological Forum* 13: 265-300

Erkama, Niina & Vaara, Eero 2010. Struggles Over Legitimacy in Global Organizational Restructuring: A Rhetorical Perspective on Legitimation Strategies and Dynamics in a Shutdown Case. *Organization Studies* 31(07): 813-839.

Elsbach, Kimberly D. 1994. Managing Organizational Legitimacy in the California Cattle Industry: The Construction and Effectiveness of Verbal Accounts. *Administrative Science Quarterly* Vol. 39, No.1: 57-88.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Gummerus, Jyväskylä.

Fairclough, Norman 1995. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. Pearson Education Limited, Essex.

Fairclough, Norman, 1997. *Miten media puhuu*. Vastapaino, Tampere

Fairclough, Norman 2003. *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. Routledge: New York

Fanelli, Angelo & Misangyi, Vilmos F. 2006. Bringing out charisma: CEO charisma and external stakeholders. *Academy of Management Review* Vol. 31, No. 4: 1049-1061.

Gray, R., Kouhy, R. & Lavers, S. 1995. Corporate social and environmental reporting – a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8(2): 78-101.

Hall, S. 2001. Foucault: Power, knowledge and discourse. Teoksessa M. Wetherell, S. Taylor & S. Yates *Discourse theory and practice: A reader* 72-81. London: Sage.

Hardy, C. & Phillips, N. 2004. Discourse and power. Teoksessa D. Grant, C. Hardy, C. Osrick & L. Putnam *Handbook of organizational discourse* 219-318. London: Sage

Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero 1999. Diskurssianalyysi liikkeessä. Vastapaino, Tampere.

Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero 2004 Diskurssianalyysin aakkoset. Gummerus, Jyväskylä.

Lamertz, Kai & Baum, Joel A.C. 1998. The Legitimacy of Organizational Downsizing in Canada: An Analysis of Explanatory Media Accounts. *Canadian Journal of Administrative Sciences* 15(1): 93-107.

Luostarinen, Heikki & Väliaverronen, Esa 1991. Tekstinsyöjät yhteiskuntatieteellisen kirjallisuuden lukutaidosta. Gummerus, Jyväskylä.

Maguire, Steve & Hardy, Cynthia 2006. The emergence of new global institutions: A discursive perspective. *Organization Studies* 27: 7-29

Maguire, Steve & Hardy, Cynthia 2009. Discourse and Deinstitutionalization: The Decline of DDT. *Academy of Management Journal* Vol. 52, No. 1, 148-178



Mazza, Carmelo & Alvarez, José Luis 2000. Haute Couture and Prêt-à-Porter: The Popular Press and the Diffusion of Management Practices. *Organization Studies* 21/3: 567-588.

Meriläinen, S., Tienari, J., Thomas, R., & Davies, A. 2004. Management consultant talk: A cross-cultural comparison of normalizing discourse and resistance. *Organization* 11: 539-564

Pollock, Timothy G. & Rindova, Violina P. 2003. Media Legitimation Effects in the Market for Initial Public Offerings. *Academy of Management Journal* 46(05): 631-642.

Rao, Hayagreeva 1994. The Social Construction of Reputation: Certification Contests, Legitimation and the Survival of Organizations in the American Automobile Industry: 1895-1912. *Strategic Management Journal* Vol. 15: 29-44.

Scott, W. Richard 2001. Institutions and Organizations. Sage Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi.

Suchman, Mark C. 1995. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review* 20(3): 571-610.

Vaara, Eero & Tienari, Janne & Laurila, Juha 2006. Pulp and Paper Fiction: On the Discursive Legitimation of Global Industrial Restructuring. *Organization Studies* 27(6): 789-810.

van Dijk, Teun A. 1990 Social cognition and discourse. Teoksessa H. Giles & W.P. Robinson Handbook of Language and Social Psychology New York: John Wiley & Sons, 163-186

van Dijk, Teun A. 1993. Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society* 4(2): 249-283.

van Dijk, Teun A. 1998. Ideology: A Multidisciplinary Approach. SAGE, London.

van Leeuwen, Theo & Wodak, Ruth 1999. Legitimizing Immigration Control: A Discourse-Historical Analysis. *Discourse Studies* 1(1): 83-118.

van Leeuwen, Theo 2007. Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication* 1(1): 91-112.

Wodak, Ruth 1996. Disorders of Discourse. Longman, London and New York

Wodak, Ruth 2004. Critical Discourse analysis. Teoksessa C.Seale, G. Gobo, J.F. Gubrium & D. Silverman Qualitative research practice. London, Thousand Oaks & New Delhi: SAGE, 197-213.

Zuckerman E.W. 1999. The Categorical imperative: Securities analysts and the illegitimacy discount. *American Journal of Sociology* 104: 1398-1438.

### **Raportit, lehdet ja verkkolähteet**

Alma Media 2016. Kauppalehti. <http://www.almamedia.fi/mainostajat/mediat-ja-palvelut/talous-ja-ammattilaismediat/kauppalehti>

Helsingin Sanomat 9.11.2012. Asiantuntija: Talvivaara on 2000-luvun vakavin ympäristöonnettomuus. <http://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002578895.html>

Kauppalehti 6.11.2006, 1) Pekkarinen: Valtio mukana Talvivaara-hankkeessa. <https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0607X&ris=0&rid=32001&qid=1&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 10.1.2012, 2) FIM: Talvivaarassa paljon potentiaalia. <https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=465&qid=7&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 2.12.2005, 3) Talvivaaran kaivoshanke saa tuekseen kolme suuryhtiötä.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0405X&ris=0&rid=37312&qid=9&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 10.5.2007, 4) Talvivaaran kaivos listautuu Lontoon pörssin päälistalle.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0607X&ris=0&rid=51959&qid=10&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 5.11.2009, 5) Kotimainen kelpaa.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0809X&ris=0&rid=73045&qid=13&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 6.11.2009, 6) Sijoittaja on nyt perusvarovainen.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0809X&ris=0&rid=73069&qid=14&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 13.11.2009, 7) ”Koko potti Outokumpuun”.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0809X&ris=0&rid=73898&qid=15&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 28.3.2008, 8) Talvivaaran markkina-arvo yli miljardin euron.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0809X&ris=0&rid=9397&qid=16&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 21.8.2009, 9) Analyytikoiden suositukset menevät nyt tasan.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0809X&ris=0&rid=63918&qid=17&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 28.9.2010, 10) Suomen rohkein mies.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1011X&ris=0&rid=21846&qid=18&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 4.6.2009, 11) Talvivaaralla huima aloitus Helsingissä.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0809X&ris=0&rid=56003&qid=19&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 14.9.2012, 12) Ei kiitos toistuville virheille.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=18408&qid=20&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 19.8.2005, 13) Sotkamon nikkelihanke harppasi kohti toteutumista.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0405X&ris=0&rid=26165&qid=0&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 12.4.2006, 14) Talvivaara kiirehtii metallibuumiin.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0607X&ris=0&rid=9856&qid=1&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 14.9.2012, 15) Ei kiitos toistuville virheille.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=18408&qid=2&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 17.12.2012, 16) Nokian Renkaat ja Outotec napsivat ostosuosituksia.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=28588&qid=3&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 10.12.2012, 17) Sanoma myyntisuositusten kärjessä.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=27920&qid=4&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 9.5.2014, 18) Jälkipörssi.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1415X&ris=0&rid=14164&qid=5&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 18.10.2013, 19) Jälkipörssi.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=61764&qid=6&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 9.12.2011, 20) Kolme osaketta yli muiden.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1011X&ris=0&rid=56777&qid=7&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 11.11.2013, 21) Talvivaaran ystävät vähissä.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=64455&qid=8&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 25.2.2014, 22) Talvivaaran lainoja uhkaa tukanleikkuu.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1415X&ris=0&rid=7322&qid=9&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 3.6.2009, 23) Talvivaaran anti kiinnostti.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0809X&ris=0&rid=55827&qid=10&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 7.11.2011, 24) Talvivaarassa avoimet ovet.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1011X&ris=0&rid=53959&qid=11&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 10.5.2007, 25) Talvivaaran kaivos listautuu Lontoon pörssin päälistalle.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL0607X&ris=0&rid=51959&qid=12&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 4.1.2012, 26) Talvivaara ilahdutti sijoittajia.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=206&qid=13&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 9.4.2010, 27) Tankkaa salkkuun konepajoja.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1011X&ris=0&rid=8709&qid=14&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 7.1.2013, 28) Outotec, UPM ja Metso ostoslistan kärjessä.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=30307&qid=15&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 14.1.2013, 29) Metso nousee koko ajan.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=30925&qid=16&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 8.5.2012, 30) Talvivaaran kova paikka.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=10029&qid=17&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Kauppalehti 17.12.2012, 31) Nokian Renkaat ja Outotec napsivat ostosuosituksia.

<https://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=0&rid=28588&qid=18&rsi=0&page=0&size=20&hits=1>

Onnettomuustutkintaraportti DNRO 2007/06/2012, Talvivaara Sotkamo Oy:n tehdasalueella 15.3.2012 sattunut kuolemantapaus, Turvallisuus- ja kemikaalivirasto.

Patentti- ja rekisterihallitus 2016. Kaupparekisteri. <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri>

Talvivaara 13.3.2015 a) Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj Selvittäjän täydennetty ehdotus saneerausohjelmaksi.

[http://www.talvivaara.com/files/talvivaara/Corp%20Reorg%202015%20%20/Talvivaaran%20Kaivososakeyhti\\_%20Oyj%20T\\_ydennetty%20saneerausohjelmaehdotus\\_%20yhteenveto.PDF](http://www.talvivaara.com/files/talvivaara/Corp%20Reorg%202015%20%20/Talvivaaran%20Kaivososakeyhti_%20Oyj%20T_ydennetty%20saneerausohjelmaehdotus_%20yhteenveto.PDF)

Talvivaara 2009 b) Historia. <http://www.talvivaara.com/yhtio/historia>

Talvivaara 2009 c) Yhtiö. <http://www.talvivaara.com/yhtio>

Talvivaara 2009 d) Biokasaliuotus.

<http://www.talvivaara.com/toiminta/teknologia/biokasaliuotus>

Vihreät 15.11.2012. Talvivaaran ympäristökatastrofi. <http://www.vihreat.fi/talvivaara>

Yle 12.3.2015. Talvivaaran vaiheet: Kahden euron kaivoksesta konkurssiin.

<http://yle.fi/uutiset/3-7862650>

Yle 12.11.2012. Talvivaaran taival kohusta toiseen.

[http://yle.fi/uutiset/talvivaaran\\_taival\\_kohusta\\_toiseen/6372983](http://yle.fi/uutiset/talvivaaran_taival_kohusta_toiseen/6372983)